Curt Wichelhoven

Der Niederrheinisch-Westfälische Zeitungsverleger-Verein

Ein Beitrag zu den Problemen der Verbandsbildung im deutschen Zeitungsgewerbe

Der Niederrheinisch-Westfälische Zeitungsverleger-Verein

Ein Beitrag zu den Problemen
der Verbandsbildung im deutschen
Zeitungsgewerbe

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der staatswissenschaftlichen Doktorwürde
der Philosophischen Fakultät
der Friedrich-Alexanders-Universität Erlangen
vorgelegt von

Curt Wichelhoven
aus Iserlohn

Tag der mündlichen Prüfung: 26. Juli 1930

Iserlohn
Graphische Kunst- und Verlagsanstalt Rudolph Wichelhoven G. m. b. H.
1930

Dekan: Prof. Dr. Georg Lippold

Referent: Prof. Dr. Hero Moeller

R. UNIV.
BIBLIOTHEEK
LEIDEN

Meinen lieben Eltern
in Dankbarkeit
zugeeignet

Inhalts-Verzeichnis

Inhaltsverzeichnis V

Einleitung.

Ueberblick über die Entwicklung der niederrheinisch-westfälischen Presse von den ersten Anfängen bis zum Jahre 1900.

1. Die Zeit von den ersten Zeitungsgründungen an bis zum Jahre 1800 3
2. Die Zeit von 1800—1849 6
3. Die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts 8

I. Teil.

Geschichte und Organisation des Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins.

1. Kapitel.

Der Konkurrenzkampf im Zeitungsgewerbe und die Aufgabe der Verlegervereine im allgemeinen.

1. Die Zeitung als wirtschaftliches Unternehmen . . 19
2. Besonderheiten im Konkurrenzkampf der Zeitungen 20
3. Die Ursachen für die besonderen Erscheinungen des Wettbewerbs im Zeitungsgewerbe 21
4. Auswirkungen des Konkurrenzkampfes und die Möglichkeit einer Begrenzung 22
5. Die Aufgaben der Verlegerorganisationen . . 23

2. Kapitel.

Allgemeine Geschichte des Vereins.

1. Abschnitt: Die Gründung des Vereins.

1. Die ersten Ansätze zur Gründung eines Zeitungsverlegervereins in Niederrheinland und Westfalen 25
2. Die Gründung des „Zeitungsverleger-Vereins des Rheinisch-Westfälischen Industriebezirks“ als Vorläufer des „Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins“ 29
3. Die Gründung des „Vereins Rheinisch-Westfälischer Zeitungsverleger“ in Köln als Gefahrenmoment für den „Zeitungsverleger-Verein des Rheinisch-Westfälischen Indusriebezirks“ und die Umwandlung des letzteren in den „Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Verein“ 31

4. Die Ursachen für die Schwierigkeiten, welche dem Zusammenschluß der Zeitungsverleger entgegenstanden 33
2. Abschnitt: Der Verein von der Gründung bis 1918.
1. Die Vorkriegszeit 35
2. Der Weltkrieg 35
3. Abschnitt: Der Verein in der Zeit von 1918 bis zur Stabilisierung.
1. Nachkriegszeit und Inflation 39
2. Die Zeit der Ruhrbesetzung 42
4. Abschnitt: Die Entwicklung des Vereins von 1925 bis Ende 1929.
1. Mitgliederbewegung 44
2. Untersuchung über die in den Mitgliedsverlagen erscheinende Anzahl von Zeitungen . . 47
3. Unternehmungsformen der Mitgliedsverlage . 47
4. Die politische Richtung der Mitgliedsverlage . 49
5. Die Erscheinungshäufigkeit der Zeitungen . . 50
6. Auflage, Umfang und Papierverbrauch.
a) Die Auflagenhöhe 52
b) Der Umfang der Zeitungen und das Verhältnis von Anzeigen- und Textteil als Rentabilitätsfaktor 56
c) Der Papierverbrauch und das Papier als wichtiges Kostenelement im Zeitungsunternehmen 58
7. Die Bezugspreise der Mitgliedszeitungen.
a) Die Bezugspreise im allgemeinen . . 60
b) Die Bezugspreise im Hinblick auf die Erscheinungshäufigkeit der Zeitungen . 62
c) Vergleich zwischen den Bezugspreisen der Mitglieder und der Nichtmitglieder . . 63
3. Kapitel.
Die Organisation des Vereins.
1. Das Wesen des Vereins 65
2. Ziel und Zweck der Organisation 66
3. Arbeitsteilung durch Schaffung von Kreisgruppen, und die regionale und lokale Verteilung der Mitgliedszeitungen auf die durch Aufteilung des Vereinsgebietes entstandenen Bezirke 66
4. Die „Beitragseinheitssatzberechnung" auf Grund der jährlich verbrauchten Papiermenge 69

II. Teil.

Die Tätigkeit des Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins.

1. Kapitel.

Einwirkungen auf das Abonnementswesen und die Bekämpfung der Abonnenten-Werbe-Methoden.

1. Die Bezugspreise im Zeitungsgewerbe und die Bezugspreispolitik des N.W.Z.V.V. 75
2. Freiabonnements und Vorzugsabonnements als Abonnentenwerbemittel und die Stellungnahme des N.W.Z.V.V. 84
3. Die Abonnentenversicherung und die Bemühungen des Vereins um ihre Beseitigung 89
4. Die illustrierten Beilagen als Werbemittel und die Maßnahmen des Vereins zu ihrer Beseitigung . . 92
5. Weitere Methoden der Abonnentenwerbung . . 95

2. Kapitel.

Die Beeinflussung des Anzeigenwesens durch den N.W.Z.V.V.

1. Abschnitt: Die Preisbildung im Anzeigengeschäft.
   1. Die Einnahmen aus den Anzeigen . . . 96
   2. Die verschiedenen Preisbestimmungsgründe der Inserate und die Grundlagen zur Preisberechnung 97
2. Abschnitt: Die Beeinflussung des Anzeigenwesens durch Verleger und Inserentenschaft.
   1. Beeinflussung durch den Verleger . . . 99
   2. Beeinflussung durch die Inserenten
      a) durch den einzelnen Inserenten . . . 100
      b) durch Inserentenverbände 101
      c) durch die Annoncen-Expeditionen . . 102
      d) durch die Behörden 103
3. Abschnitt: Die Bemühungen des Vereins zur Schaffung geregelter Verhältnisse im Anzeigenwesen 105
   1. Die Anzeigenpreise und der N.W.Z.V.V. . . 105
   2. Normierung der Preisgrundlagen . . . 106
   3. Die Bekämpfung der von Inserenten und Inserentenverbänden ergriffenen Maßnahmen zur Beeinflussung des Anzeigengeschäftes durch den N.W.Z.V.V. 107

4. Die Rabattausnutzung durch die Annoncen-Expeditionen und die hiergegen ergriffenen Maßnahmen 111
5. Die Forderung der Behörden nach Gratisveröffentlichung ihrer Bekanntmachungen und ihre Ablehnung durch den N.W.Z.V.V. . . . 113

3. Kapitel.
Aus der sonstigen Tätigkeit des Zeitungsverleger-Vereins 114

III. Teil.
Der „Niederrheinisch-Westfälische Zeitungsverleger-Verein" in seinen Beziehungen zu anderen Organisationen des Zeitungs- und Buchdruckgewerbes.

1. Kapitel.
Der „Verein Deutscher Zeitungsverleger" (V.D.Z.V.) und seine Kreisvereine.
1. Der V.D.Z.V., Entstehung, Wesen und Organisation 121
2. Die Stellung des N.W.Z.V.V. zum „Verein Deutscher Zeitungsverleger" 122

2. Kapitel.
Der „Deutsche Buchdruckerverein" (D.B.V.)
1. Entstehung, Organisation und Zweck des Deutschen Buchdruckervereins 123
2. Die Verbindung zwischen D.BV. und V.D.Z.V. . . 124

3. Kapitel.
Der „Arbeitgeberverband für das Deutsche Zeitungsgewerbe" (Agez) und sein Landesverband Niederrhein-Westfalen.
1. Gründung, Organisation und Abgrenzung des Arbeitsgebietes des „Agez" 124
2. Die Tarifpolitik des „Agez".
a) Regelung der Tariffragen mit den im Zeitungsgewerbe beschäftigten Arbeitern und Gehilfen 126
b) Die Regelung der Angestelltenfragen . . 126
c) Regelung der Beziehungen zwischen Redakteuren und Verlegern und die Schaffung der „Reichsarbeitsgemeinschaft der Deutschen Presse" 127

Anhang.
Satzungen des „Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins" 135

Literaturverzeichnis 145

Einleitung

Ueberblick über die Entwicklung der niederrheinisch-westfälischen Presse von den ersten Anfängen bis zum Jahre 1900

1. Die Zeit von den ersten Zeitungsgründungen an bis zum Jahre 1800.

Bei einer Darstellung der geschichtlichen Entwicklung der Presse Niederrheinlands und Westfalens ist eine Unterscheidung von drei Gebietsteilen von Wichtigkeit, die in ihrem geschichtlichen Aufbau je eine besondere Struktur aufzuweisen haben. Auf diese Dreiteilung des Gebietes weist auch Dr. Ippen in einem Aufsatz über die Presse Niederrhein-Westfalens hin[1]), und unterscheidet: erstens das heutige Industriegebiet, das seit etwas mehr als 50 Jahren in den Vordergrund des Interesses gerückt ist und zweitens die ehemaligen Grafschaften Minden-Ravensberg und das alte Bistum Paderborn. Die Eigentümlichkeit dieses Gebietes ist der rein ländliche Charakter, der fast ausnahmslos noch heute dieser Gegend sein eigenes Gepräge verleiht. Das dritte Gebiet ist das des alten Bistums Münster, dessen Verbindung mit dem übrigen Westfalen auch heute noch ziemlich locker ist. Dr. Ippen schreibt: „Die großen Verschiedenheiten in der Entwicklung sind klar, wenn man bedenkt, daß dieses Westfalen bis zur Wende des 18. Jahrhunderts zahlreichen Herren gehörte, und daß die Hohenzollern die einzelnen Teile in großen Abständen erwarben. Während die Grafschaften Mark und Ravensberg schon den Vorgängern des Großen Kurfürsten gehörten, wurde das Bistum Münster erst 1815 endgültig erworben, dagegen bestand am Rhein mit Wesel als Mittelpunkt bereits Jahrhunderte vorher preußische Herrschaft." Diese verschiedenartig historische Entwicklung beeinflußte und bestimmte natürlich auch in großem Maße die Entstehung und den Werdegang der einzelnen Zeitungen in diesen Gegenden.

Was bedeutet nun der Begriff Zeitung überhaupt? Groth[2]) definiert die Zeitung als „eine von einer wirtschaftlichen Unternehmung ausgehende Veröffentlichung, die aus mechanisch vervielfältigten, in regelmäßigen, möglichst kurzen Zeitabschnitten fortlaufend erscheinenden Blättern besteht und einen universellen, allgemein interessierenden und vorwiegend aus der unmittelbaren Gegenwart

[1]) Dr. R. Ippen, Artikel „Die Presse Niederrhein-Westfalens", (Mitteilungen des Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins, 2. Jahrg. Nr. 3).

[2]) O. Groth, Artikel „Zeitungen", (Handw.-B. d. Staatsw., 4. Aufl., Ergänzungsband, Jena 1929) S. 1160.

geschöpften Inhalt (Nachrichten, Ideen, Kenntnisse, Urteile) hat." Nach Groth erfordert der Begriff der Zeitung also zunächst drei äußere Kennzeichen, und zwar:

1. Periodisches Erscheinen in bestimmten Zeiträumen (mindestens einmal wöchentlich).
2. Mechanische Vervielfältigung (Druck).
3. Öffentliches Erscheinen (für jedermann zugänglich).

Weiter sind drei Merkmale erforderlich, die sich auf den Inhalt beziehen, und zwar soll der Inhalt

1. universell,
2. von allgemeinem Interesse,
3. aktuell

sein. Als letztes Merkmal fordert Groth die Form eines wirtschaftlichen Unternehmens für den Begriff der Zeitung.

Natürlich ist, seit das Zeitungswesen als solches und die damit mittelbar und unmittelbar verknüpften Fragenkomplexe in den Bereich wissenschaftlicher Betrachtungen, Erörterungen und Forschungen gerückt worden sind, die wissenschaftlich exakt umgrenzte Begriffsbestimmung der Zeitung viel versucht und umstritten worden. Im Rahmen dieser Arbeit erübrigt es sich jedoch, näher hierauf einzugehen und die von Groth klar und eindeutig gegebene Definition mag hier genügen.

Die erste niederrheinisch-westfälische Zeitung, die diesen Erfordernissen gerecht wird, ist die im Jahre 1710 in Lippstadt durch einen Postmeister gegründete „Lippstädter Zeitung", die noch heute existiert. Lippstadt lag damals an der großen Heerstraße, die von Berlin nach Wesel führte und außerdem kreuzten sich dort wichtige Verkehrswege, die Nord und Süd verbanden. Dieser verkehrsreiche Punkt war der geeignete Boden, auf dem diese früheste aller niederrheinisch-westfälischen Zeitungen entstehen konnte, weil dort eine Menge von Nachrichten und Neuigkeiten erzählt und verbreitet wurde. Das Nachrichtenmaterial stammte aus den Berichten der Postillone, Kuriere und Reisenden, aus den wenigen anderen Zeitungen, die damals existierten und aus Briefen von Geschäftsfreunden. Die Lippstädter Zeitung beschränkte sich auf die Wiedergabe dieser Nachrichten, war also bloß Übermittler und Verbreiter derselben, ohne irgendwie eigene oder fremde Meinungen zum Ausdruck zu bringen. Dadurch hätten sich auch unbedingt Konflikte mit den Zensurbehörden ergeben und die Existenz der Zeitung wäre gefährdet worden. Die Auflagenhöhe betrug anfangs nach Dr. Ippen[3])

[3]) Ippen, a.a.O. S. 6.

2000 Exemplare und das Verbreitungsgebiet erstreckte sich bis zum Rhein.

Daß das Unternehmen einer Zeitung damals noch unrentabel arbeitete, erhellt aus folgenden Zahlen, die Dr. Ippen anführt, wobei er darauf hinweist, daß man bei diesen Angaben auf Analogieschlüsse und Vermutungen hingewiesen sei, da die früheste noch erhaltene Nummer aus dem Jahre 1723 stamme, während der erste vollständige Jahrgang vom Jahre 1795 datiere. Der Bezugspreis hätte 1 bis 2 Reichstaler pro Anno betragen und der Betrieb hätte einen jährlichen Zuschuß von etwa 1000 Talern erfordert. Die Zeitung erschien zunächst einmal wöchentlich, später zweimal.

Aus dem späteren Geschick der Lippstädter Zeitung sei noch hervorgehoben, daß sie 1810 nur 409 Abonnenten zählte. Dieser Rückgang ist zunächst auf den Druck der Zensurbehörde zurückzuführen, vor allem aber darauf, daß im Laufe der Zeit Lippstadt selbst durch das Entstehen neuer Verkehrswege und Verkehrszentren und durch die beginnende Industrialisierung des westfälischen Westens die Bedeutung seiner vorherrschenden Lage einbüßte und so auch der Zeitung den Nährboden für eine gedeihliche Fortentwicklung entzog.

Das 18. Jahrhundert, das Zeitalter des Absolutismus, legte der Fortentwicklung der Presse schwere Fesseln an. Durch die streng gehandhabte Zensur unterdrückte der Staat die Bildung einer freien Meinung und unterband jegliche Kritik an den Einrichtungen und der Tätigkeit des Staates und der Behörden, sowie an allen Begebenheiten des öffentlichen und privaten Lebens. Alles, was die Zeitungen bringen wollten, wurde einer strengen Prüfung unterzogen und bei den geringsten Verstößen gegen die Vorschriften wurde das Erscheinen der Zeitung verboten.

Das zweite Hemmnis für die Entwicklung der Presse war der durch König Friedrich Wilhelm I. von Preußen 1727 eingeführte Intelligenzblattzwang[4]). Der Staat tritt hier als selbständiger Unternehmer auf, indem er Anzeigenblätter gründete und sie mit Zwangsrechten ausstattete. Er schuf sich so ein Anzeigenmonopol, das ihm eine wesentliche Einnahmequelle brachte, gefährdete aber gleichzeitig die anderen Zeitungen, die durch diese Maßnahme ihrer Einnahmen aus den Anzeigen verlustig wurden, was unter Umständen für eine gedeihliche Fortführung des Unternehmens von einschneidender Bedeutung sein konnte. Das Intelligenzblatt gab die Verwaltungsbehörde heraus. Zum Bezug verpflichtet waren: Innungen, Zünfte,

[4]) L. Salomon, Geschichte des deutschen Zeitungswesens, Oldenburg und Leipzig 1900—1906, Bd. 1, S. 151.

Kirchen, Klöster, Schulen, Behörden, Beamte, Aerzte etc., Bezugs- und Insertionspreise waren sehr hoch, wodurch die Zwangsbezieher nicht in der Lage waren, sich noch eine andere Zeitung zu halten. Dieser Umstand drückte naturgemäß die Bezieherzahl der privaten Blätter erheblich herab. Dieses staatliche Monopol mit seinen strengen Maßnahmen und Strafbestimmungen[5]) bedeutete eine völlige Lahmlegung des beginnenden Zeitungswesens.

Die ersten Intelligenzblätter in Westfalen erschienen in Duisburg und Minden, 1763 auch in Münster („Münsterischer Intelligenzzettel") und später noch in Paderborn, Lemgo, Arnsberg und Höxter.[6])

Im Jahre 1738 wurde in Essen eine private Zeitung unter dem Titel „Neueste Essendische Nachrichten" gegründet, die insofern Beachtung verdient, als sie nach verschiedenen Wandlungen des Titels nach ihrer Verschmelzung mit der „Westfälischen Zeitung", Dortmund, 1883 die Vorläuferin der heutigen „Rheinisch-Westfälischen Zeitung" war.[7])

2. Die Zeit von 1800 bis 1849.

Das 19. Jahrhundert mit seinen Umwälzungen auf allen Gebieten des Lebens brachte auch der Presse einen ungeahnten Aufschwung. Der Einfluß der französischen Revolution, die den Bürger in ein ganz anderes Verhältnis zum Staat brachte, macht sich stark geltend. Die Befreiungskriege, die Karlsbader Beschlüsse, das Jahr 1848, die Aera Bismarck, Reichsgründung und Kulturkampf, alle diese geschichtlichen Momente sind auch von einschneidender Bedeutung für die Entwicklung der Presse gewesen.

Beeinflußt von den geistigen und politischen Strömungen jener Zeit bildet sich die sogenannte Gesinnungszeitung, die sich immer mehr loslösend von den hemmenden Einflüssen der Zensur zu einer die öffentliche Meinung gestaltenden, vertretenden und verfechtenden Macht emporschwingt.

Die ersten Jahrzehnte des 19. Jahrhunderts bringen im Gebiete Niederrhein-Westfalens, ebenso wie im übrigen Deutschland, keine zahlreichen Neugründungen von Zeitungen. Es sei darauf hingewiesen, daß unter den im folgenden benannten und behandelten

---

[5]) Näheres hierzu bei C. d'Ester, Das Zeitungswesen in Westfalen von den ersten Anfängen bis zum Jahre 1813, Münster 1907 (Diss.), S. 154 ff

[6]) Ippen, a. a. O. S. 7.

[7]) Ippen, a. a. O. S. 7.

Zeitungen nur solche Berücksichtigung finden, die heute noch bestehen, dagegen diejenigen, welche nur für kürzere oder längere Zeit bestanden haben, wegen des knapp bemessenen Raumes nicht angeführt werden konnten.

Die Intelligenzblätter des 18. Jahrhunderts verlieren allmählich an Bedeutung und verschwinden langsam, erleben aber hier und da noch eine Neugründung. So wurden 1811 in Bielefeld von der staatlichen Behörde die „Öffentlichen Anzeigen des Distrikts Bielefeld" gegründet (die heutige „Westfälische Zeitung"). Interessante Einzelheiten berichtet Dr. Ippen darüber[8]). „Der Bezugspreis betrug 1 Taler 8 Groschen für das ganze Jahr. Die Anzeige kostete jede Woche eine Zeile 6 Pfennig, Rabatt war auch bereits vorgesehen, denn bei über 50 Zeilen wurden nur 4 Pfennig erhoben, bei Wiederholung ebenfalls nur 4 Pfennige. Der Inhalt bestand natürlich nur im wesentlichen aus amtlichen Bekanntmachungen, außerdem aus Anzeigen. Irgendwelche politischen Nachrichten finden sich nicht. Das Ganze ist etwa mit unseren heutigen Amtsblättern zu vergleichen."

In das Jahr 1814 fällt die Gründung der Zeitung „Der Hermann", der gegen fremde Unterdrückung und für deutsche Einheit kämpfte[9]). Der Zensurbehörde verdächtig wegen reaktionärer Ideen, wurde er 1819 verboten, erlebte seine Auferstehung 1826 als „Der Hausfreund" und nahm 1841 den Titel „Hagener Kreisblatt" an, der später in „Hagener Zeitung" abgeändert wurde, unter dem er heute noch besteht.

Einige bedeutendere Zeitungsgründungen der 20er Jahre seien hier noch zitiert, so das „Kreis Hammsche Wochenblatt", der spätere „Westfälische Anzeiger" Hamm. Der in Münster gegründete „Westfälische Merkur" verdient deshalb besondere Beachtung, weil er von Anfang an ein politisches Gepräge aufwies. Seine Einstellung, die damals als christlich-liberal bezeichnet werden kann, änderte sich allmählich, bis er von 1844 ab die Interessen des Katholizismus wahrnimmt.

In die Zeit bis zu den bedeutsamen Tagen des März 1848, vor allem in das 3. und 4. Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts, fallen die Gründungen von weiteren 12 heute noch bestehenden Zeitungen, die durchweg den Charakter der damaligen Wochenzeitungen hatten, und deren jede einzelne der Leitung tüchtiger Männer bedurfte, um

---

[8]) Ippen, a. a. O. S. 8.
[9]) Ippen, a. a. O. S. 8.

sie sicher durch alle Wirrungen der Zeit und um die Klippen wirtschaftlicher Bedrängung zu führen[10]).

3. Die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts.

Die Zeit von 1848 bis 1860 sieht eine verhältnismäßig geringe Zunahme der Zeitungen in dem behandelten Gebiet. Die Gründe hierfür sind auf der einen Seite in dem damals noch durchweg ländlichen Charakter dieses Gebietes zu suchen, so daß durch die Gründungen der ersten Jahrzehnte des 19. Jahrhunderts eine ziemlich rasche Sättigung des Zeitungsmarktes erzielt wurde. Auf der anderen Seite wurden der Presse nach einer kurz genossenen Freiheitspause wieder neue Fesseln auferlegt, die einer gesunden Fortentwicklung hinderlich waren. Erwähnt seien folgende Daten: 1849 Wiedereinführung der Konzessionspflicht in Preußen, 1850 Erhöhung der Kautionen für die Zeitungen (eine täglich erscheinende Zeitung hatte jährlich etwa 5000 Taler an Kaution zu stellen[11]), 1852 und 1861 Wiedererhebung von Stempelsteuern.

Dagegen gestatteten technische Fortschritte eine Festigung der wirtschaftlichen Basis der Zeitungen. Der Bau der Eisenbahnen in den 40er und 50er Jahren erschloß den Zeitungen neue Absatzgebiete und gab ihnen die Möglichkeit einer Umsatzsteigerung, sofern sie nicht durch ihren lokalen Charakter oder durch alt eingewurzelte Unternehmen in den neu erschlossenen Gebieten daran gehindert waren. Ferner war die Einführung der Schnellpresse eine Möglichkeit zu wirtschaftlicherer Betriebsführung und die Telegraphie ein bedeutender Fortschritt auf dem Gebiete der Nachrichtenüber-

---

[10]) Diese Zeitungen sind folgende: (Ippen, a. a. O. S. 8—9)

Name:	Erscheinungsort:	Gründungsjahr:
Dortmunder Zeitung	Dortmund	1828
Recklinghauser Zeitung	Recklinghausen	1831
Allgemeine Zeitung	Coesfeld	1834
Altenaer Zeitung	Altena	1834
Tecklenburger Kreisblatt	Ibbenbüren	1836
Steinfurter Kreisblatt	Burgsteinfurt	1839
Mescheder Zeitung	Meschede	1840
Iserlohner Kreisanzeiger	Iserlohn	1842
Hellweger Anzeiger und Bote	Unna	1845
Soester Anzeiger	Soest	1847
Höxtersche Zeitung	Höxter	1847
Herforder Kreisblatt	Herford	1847

[11]) P. Roth, Das Zeitungswesen in Deutschland v. 1848 bis zur Gegenwart. Halle a. S. 1912, S. 28.

mittlung. Die Aufhebung des Intelligenzblattmonopols (1848)[12]) schuf den Zeitungen eine neue Erwerbsquelle, indem sie durch kundigen Ausbau des Inseratenteils eine steigende Einnahme erzielen konnten.

In der Zeit bis 1860 werden fast durchweg Zeitungen mit lokalem Charakter an kleineren Orten gegründet, während an größeren Plätzen fast keine Zeitungen neu erscheinen. Die Ursache für diese Erscheinung ist wohl darin zu suchen, daß es eine Anzahl kleinerer Orte gab, an denen bisher eine Zeitung fehlte und die das Bedürfnis hatten, ein Organ zu besitzen, das ihre lokalen Interessen wahrzunehmen verstand, und das sie vielleicht gleichzeitig von einer in der größeren Nachbarstadt erscheinenden Zeitung unabhängig machte. Ob nun Anregungen aus der Bürgerschaft selbst oder der geschäftliche Weitblick eines unternehmenden Mannes den Anstoß zu solchen Gründungen gab, läßt sich heute schwerlich in den einzelnen Fällen feststellen.

An bedeutenden Zeitungen entstanden 1848 in Duisburg die „Rhein und Ruhr-Zeitung" und 1849 in Paderborn das „Westfälische Volksblatt". Bis 1860 weist die Zahl der Zeitungsgründungen außer den beiden schon benannten noch eine weitere Zunahme von zehn Zeitungen auf, die an verschiedenen Orten, vor allem in Südwestfalen erschienen[13]).

In dem folgenden Jahrzehnt (1860—1870) macht sich durch den Kampf um die Bismarck'schen Reformideen der Ansatz zur Bildung fester Parteien bemerkbar, und ebenso stellen sich auch eine Anzahl von Zeitungen auf den Boden verschiedener Parteien, um deren Ideen zu verfechten.

---

[12]) L. Reinold, Die Provinzpresse und ihre wirtschaftlichen Grundlagen. (Diss.) Greifswald, 1926. S. 23—24.

[13]) Es sind dies folgende Zeitungen: (Ippen, a. a. O. S. 10)

Name:	Erscheinungsort:	Gründungsjahr:
Der Patriot	Lippstadt	1848
Hattinger Zeitung	Hattingen	1848
Münsterischer Anzeiger	Münster	1851
Dorstener Volkszeitung	Dorsten	1852
General-Anzeiger	Lüdenscheid	1854
Mindener Tageblatt	Minden	1855
Hörder Volksblatt	Hörde	1856
Wittener Tageblatt	Witten	1858
Mendener Zeitung	Menden	1860
Ravensbergisches Volksblatt	Bielefeld	—

Aus der folgenden Tabelle I[14]) ist ersichtlich, wie sich die in den Jahren 1860 bis 1870 in Westfalen gegründeten Zeitungen auf die einzelnen Parteirichtungen verteilen. Gleichzeitig ist die Tabelle mit Rücksicht auf Uebersichtlichkeit und Einfachheit bis 1900 fortgeführt, sodaß auch alle in den letzten drei Jahrzehnten des 19. Jahrhunderts gegründeten Zeitungen hinsichtlich ihrer Parteirichtung Berücksichtigung fanden.

Tabelle I.

Entwicklung der Presse Niederrhein-Westfalens in den Jahren 1860 bis 1900 nach ihrer Parteizugehörigkeit.

Parteirichtung	Stand von 1860	1861 bis 1870	1871 bis 1880	1881 bis 1890	1891 bis 1900	Zus.
National	10	2	4	3	2	21
Katholisch . . .	8	3	14	6	8	39
Liberal	5	3	2	1	—	11
Parteilos	9	4	10	11	8	42
Sozialdemokrat. .	—	—	—	1	1	2
Zusammen . . .	32	12	30	22	19	

Aus der Tabelle ergibt sich für den Zeitraum 1860 bis 1870 folgendes: Von den im Jahre 1860 bestehenden Zeitungen sind mit 10 (rund 31 %) die nationalen Blätter am stärksten vertreten. Die niedrigste Zahl weisen die liberalen Zeitungen mit 5 (rund 15 %) auf. Von den bis 1870 neu gegründeten 12 Zeitungen entfallen ⅓ auf die parteilosen Blätter, sodaß diese 1870 mit 13 an der Zahl führend sind. Die

[14]) Die Tabelle wurde zusammengestellt nach Angaben von Dr. Ippen, in seinem Aufsatz: „Die Presse Niederrhein-Westfalens" (Ippen a. a. O. S. 10—11, 16—17). Die Parteizugehörigkeit der einzelnen Zeitungen ermittelte Dr. Ippen durch Umfrage bei den einzelnen Verlagen, wobei bemerkt werden muß, daß die sich ergebenden Zahlen keinen Anspruch auf absolute Genauigkeit erheben können, da einmal die Parteirichtung eines Blattes sich im Laufe der Zeit ändern kann, ein andermal aber, wie Ippen sagt, man bei der bürgerlichen Presse nie genau angeben könne, ob ein Blatt liberal, national, oder parteilos sei. Um eine möglichst große Genauigkeit zu erzielen, ist in der Tabelle daher nach Möglichkeit die Parteizugehörigkeit der einzelnen Blätter zur Zeit ihrer Gründung angegeben.

liberalen und katholischen Blätter erhalten einen Zuwachs von je 3 und die nationalen Zeitungen nur einen solchen von 2[15]).

Bemerkenswert in diesem Zusammenhang ist auch die Tatsache, daß sich damals eine katholische Presse bildete, die den Interessen der katholischen Bevölkerung diente, ehe diese sich überhaupt parteimäßig zusammengeschlossen hatte. Bedeutende katholische Blätter waren die „Gelsenkirchener Allgemeine Zeitung", die „Essener Volkszeitung", die „Münsterische Zeitung", und vor allem die 1876 in Dortmund gegründete „Tremonia".

Der beginnende industrielle Aufschwung im Ruhrgebiet und die damit verbundene Hebung des Volkswohlstandes, sowie das stetige Anwachsen der Bevölkerungsziffer in diesem Gebiet wirkten natürlich auch im günstigen Sinne auf die Entwicklung der Presse ein, die eine rasch zunehmende Steigerung ihrer Auflagenziffern erfuhr. So hatte die „Hagener Zeitung", die 1855 mit 2000 Exemplaren wöchentlich zweimal erschien, bereits 1873 eine Auflage von 3000 Stück und ging 1870 zum täglichen Erscheinen über. Die Auflage betrug 1876 5000 Stück, 1885 8000 Stück und 1900 11 000 Stück[16]).

Das Jahrzehnt von 1870 bis 1880 bringt der Presse einen ganz bedeutenden Aufschwung. Dieses drückt sich nicht nur in der Zahl der in diesem Zeitabschnitt gegründeten Zeitungen (30) aus, sondern auch in der Steigerung der Auflagenhöhe[17]). Die Gründe hierfür sind kurz folgende: Die Absatzsteigerung war möglich durch das Anwachsen der Bevölkerung, die Bildung von Großstädten im Industriegebiet, die Zunahme des allgemeinen Bildungsniveaus (Schulpflicht), das Interesse am politischen Leben (Reichstag, Kulturkampf) und die Verbesserung der Verkehrseinrichtungen. Das Zeitungswesen selbst

---

[15]) Die in den Jahren 1860—1870 neu gegründeten Zeitungen sind: (Ippen, a. a. O. S. 11)

Name:	Erscheinungsort:	Gründungsjahr:
Lübbecker Kreisblatt	Lübbecke	1861
Wittgensteiner Kreisblatt	Berleburg	1861
Westfälisches Tageblatt	Hagen	1863
Mindener Zeitung	Minden	1865
Gelsenkirchener Zeitung	Gelsenkirchen	1865
Essener Volkszeitung	Essen	1867
Schwerter Zeitung	Schwerte	1868
Wattenscheider Zeitung	Wattenscheid	1868
Der Gemeinnützige	Hohenlimburg	1869
Hasper Zeitung	Haspe	1869
Huxaria	Höxter	1870
Münsterische Zeitung	Münster	1870

[16]) Ippen, a. a. O. S. 10, 11, 16.

[17]) Vgl. das im vorigen Absatz angeführte Beispiel der „Hagener Zeitung".

wird durch technische Fortschritte (holzfreies Papier, Rotationsmaschine, Telegraphie) auf eine rationellere Betriebsbasis gestellt und geht zur billigen Massenproduktion über, wodurch ihm weitere Schichten von Käufern zugänglich gemacht werden, die bisher wirtschaftlich nicht in der Lage waren, sich eine Zeitung zu leisten. Die gewaltige Steigerung der industriellen Produktion sucht einen absatzfähigen Markt und findet in der Zeitungsanzeige ein neues Ankündigungs- und Werbemittel, das Produzent und Konsument leichter zusammenführt. Der Inseratenteil der Zeitungen wächst und schafft erhöhte Einnahmen, die wiederum dem inhaltlichen Ausbau und der betriebstechnischen Erweiterung und Vervollkommnung der Zeitung zugute kommen.

Aus der Tabelle I[18]) ist auch die große Zunahme der Zeitungen ersichtlich. Auffallend ist die große Zahl der neu entstandenen katholischen Blätter, die eine Zunahme von 14 aufzuweisen und sich somit mehr als verdoppelt haben[19]). Das starke Anwachsen der Zentrumspresse ist zweifellos auf den Kulturkampf zurückzuführen. Die nationalen Blätter vermehren sich um 4 auf 16, die liberalen um 2 auf 10 und die parteilosen um 10 auf 23[20]).

---

[18]) Vgl. o. Einleitung, 3. Tabelle I.

[19]) Die 14 in den Jahren 1870—1880 neu gegründeten kath. Blätter sind: (Ippen, a.a.O. S. 12)

Name:	Erscheinungsort:	Gründungsjahr:
Westfälische Volkszeitung	Bochum	1872
Duisburger Volkszeitung	Duisburg	1872
Volkszeitung	Recklinghausen	1873
Westfälischer Kurier	Hamm	1873
Dülmener Zeitung	Dülmen	1874
Märkisches Volksblatt	Iserlohn	1874
Werner Zeitung	Werne	1874
Billerbecker Anzeiger	Billerbeck	1874
Tremonia	Dortmund	1876
Münsterländische Volkszeitung	Rheine	1878
Ochtruper Tageblatt	Ochtrup	1879
Bottroper Volkszeitung	Bottrop	1880
Neheim-Hüstener Zeitung	Neheim	1880
Die Glocke	Oelde	1880

[20]) Außer den katholischen Blättern wurden folgende 16 Zeitungen neu gegründet: (Ippen, a.a.O. S. 12)

Name:	Ort:	Partei:	Gegründet:
Kamener Zeitung	Kamen	parteilos	1872
Herner Zeitung	Herne	lib.	1872
Mülheimer Zeitung	Mülheim	lib.	1872
Castroper Zeitung	Castrop	parteilos	1874
Wettersche Zeitung	Wetter	parteilos	1874
Kettwiger Zeitung	Kettwig	parteilos	1874

Das folgende Jahrzehnt (1880—1890) zeichnet sich durch die Bildung der sogenannten General-Anzeiger-Presse aus, die aus dem Bedürfnis entstand, für die Industrie-Großstädte Zeitungsorgane zu schaffen, die durch starken Ausbau des aktuellen und unterhaltenden Teils dem Interesse des großstädtischen Publikums entgegenkam. So entstand 1881 in Duisburg und Mühlheim ein „General-Anzeiger", 1885 wurde der „Bünder General-Anzeiger" ins Leben gerufen und 1887 erhielt Dortmund im „Dortmunder General-Anzeiger" ein entsprechendes Organ[21]).

Weiter ist von Wichtigkeit das Entstehen der ersten sozialdemokratischen Zeitung in dieser Zeit. Die sozialdemokratische Partei erhält 1890 durch die „Westfälische Allgemeine Volkszeitung" in Dortmund ihr erstes Organ. Die Gründung dieser Zeitung erfolgte im Gegensatz zu allen anderen Zeitungen, deren Entstehen stets auf private Initiative zurückzuführen ist und die daher reine wirtschaftliche Unternehmungen darstellen, durch die Partei selbst. Sie soll nur der Propagierung ihrer Ideen und Ziele dienen, während die Erzielung eines Gewinnes hinter den eigentlichen Zweck des Unternehmens, der Parteipropaganda, zurücktritt.

Die katholische Presse erfährt einen Zuwachs von 6 Zeitungen[22]), die gewaltige Zunahme der Zeitungen dieser Richtung im vorigen

---

Baroper Zeitung	Barop	parteilos	1875
Neue Westf. Volkszeitung	Herford	nat.	1875
Essener Allg. Zeitung	Essen	parteilos	1875
Anzeiger und Tageblatt	BadOeynhausen	nat.	1878
Lüner Zeitung	Lünen	parteilos	1879
Süderländer Tageblatt	Plettenberg	parteilos	1879
Halversche Zeitung	Halver	nat.	1880
Haller Kreisblatt	Halle	nat.	1880
Allgemeiner Anzeiger	Rees	parteilos	1880
General-Anzeiger	Wesel	parteilos	1880

[21]) Außer den 4 genannten Zeitungen entstehen noch weitere sieben Blätter ähnlichen Charakters, Es sind dies: (Ippen, a.a.O. S. 13)

Name:	Erscheinungsort:	Gründungsjahr:
Buersche Zeitung	Buer	1881
Lengericher Zeitung	Lengerich	1882
Wanne-Eickeler Zeitung	Wanne-Eickel	1887
Süderländer Volksfreund	Werdohl	1887
Märkischer Landbote	Hemer	1888
Driburger Zeitung	Driburg	1890
Vlothoer Anzeiger	Vlotho	1890

[22]) Vgl. o. Einleitung Tabelle I.

Jahrzehnt ist durch die Beendigung des Kulturkampfes merklich zurückgegangen[23]).

Auffallend ist auch der allmähliche Rückgang der liberal gerichteten Zeitungen, die in diesem Jahrzehnt nur durch die 1885 gegründete „Annener Zeitung" einen Zuwachs erhalten, ein Beweis, daß der Liberalismus als weltanschauliche Idee erheblich an Zugkraft verlor[24]).

In Essen bildet sich 1883 die erste überlokale Großzeitung durch die Verschmelzung der Essener Zeitung mit der Westfälischen Zeitung, Dortmund, unter dem Titel „Rheinisch-Westfälische Zeitung" bei wöchentlich zwölfmaligem Erscheinen.

Im letzten Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts ist die Entwicklung der Presse in Niederrheinland und Westfalen in stetigem Fortschritt begriffen. Die sozialdemokratische Partei erhält in dem 1898 in Bochum gegründeten „Volksblatt" ein neues Organ. Besonders stark ist das Anwachsen der parteilosen und katholischen Blätter. Die liberalen Blätter erfahren keinen Zuwachs[25]). Im ganzen wurden in der Zeit von 1890 bis 1900 19 Zeitungen in dem besprochenen Gebiet neu gegründet[26]).

Abschließend soll durch die vom Verfasser aufgestellte Statistik ein Überblick über die Entwicklung der Zeitungen in Niederrhein-Westfalen für die Zeit von 1700 bis 1900 gegeben werden. Es ist daraus ersichtlich, wieviel Zeitungen in den einzelnen Zeitabschnitten

---

[23]) Die 1880—1890 gegründeten 6 Zentrumsblätter sind: (Ippen, a.a.O. S. 13)

Name:	Erscheinungsort:	Gründungsjahr:
Ahauser Zeitung	Ahaus	1881
Paderborner Anzeiger	Paderborn	1886
Brakeler Anzeiger	Brakel	1886
Sauerländische Zeitung	Brilon	1888
Gladbecker Zeitung	Gladbeck	1888
Ruhrwacht	Oberhausen	1890

[24]) Außer den bereits genannten wurden noch folgende Zeitungen gegründet: (Ippen, a.a.O. S. 13)

Name:	Erscheinungsort:	Gründungsjahr:
Gütersloher Zeitung	Gütersloh	1882
Oberhauser Zeitung	Oberhausen	1884

[25]) Vgl. o. Einleitung Tabelle I.

[26]) Es sind dies folgende Zeitungen: (Ippen, a.a.O. S. 14)

Name:	Ort:	Partei:	Gegründet:
Westdeutsche Volksztg.	Hagen	Zentrum	1883
Geseker Zeitung	Geseke	parteilos	1892
Bochumer Anzeiger	Bochum	parteilos	1893

gegründet wurden. Die inzwischen eingegangenen Zeitungen fanden hierbei keine Berücksichtigung.

1700/1800	1801/1810	1811/1820	1821/1830	1831/1840	1841/1850
2	0	3	3	6	10

1851/1860	1861/1870	1871/1880	1881/1890	1891/1900
7	12	30	22	19

Aus dieser Statistik sind deutlich die Perioden besonders zahlreicher Gründungen zu erkennen. Die erste liegt in der Zeit von 1841 bis 1850, wo das Jahr 1848 vorübergehend die Pressefreiheit brachte. Nach allmählichem Abflauen in den 50er Jahren steigt die Zahl der Gründungen wieder an und erreicht in der „Gründerzeit" nach dem deutsch-französischen Kriege ihren Höhepunkt. Der Einfluß des allgemeinen wirtschaftlichen, kulturellen und politischen Aufschwunges macht sich auch bis zur Jahrhundertwende weiter bemerkbar.

Langendreer Zeitung	Langendreer	parteilos	1895
Volkszeitung	Witten	Zentrum	1895
Gronauer Nachrichten	Gronau	national	1895
Volksblatt	Mülheim	Zentrum	1896
Bünder Tageblatt	Bünde	parteilos	1897
Emsdettener Volkszeitung	Emsdetten	Zentrum	1897
Neue Hohenlimburger Ztg.	Hohenlimburg	national	1897
Kr. Tecklenburger G.-Anz.	Lengerich	parteilos	1898
Ahlener Volkszeitung	Ahlen	Zentrum	1898
Neuer Emsbote	Warendorf	Zentrum	1898
Echo vom Niederrhein	Duisburg	Zentrum	1898
Volksblatt	Bochum	Sozialdem.	1898
Westf. Neueste Nachr.	Bielefeld	parteilos	1899
Volkszeitung	Ibbenbüren	Zentrum	1899
Deutsche Bergwerksztg.	Essen	parteilos	1899
Allgemeiner Anzeiger	Halver	parteilos	1900

Erster Teil

Geschichte und Organisation des „Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins“

1. Kapitel

Der Konkurrenzkampf im Zeitungsgewerbe und die Aufgaben der Verlegervereine im allgemeinen

1. Die Zeitung als wirtschaftliches Unternehmen.

Die Zweckbestimmung des Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins, durch gemeinsame Vertretung die beruflichen und die Standesinteressen der Zeitungsverleger wahrzunehmen und ihnen zu dienen, hat ihren eigentlichen Ursprung in der Erkenntnis einer wirtschaftlichen Erscheinung: dem Konkurrenzkampf. Die Eigenart und Wirkungsweise dieses Kampfes im Zeitungsgewerbe und die Bedeutung des mit diesem Kampf im inneren Zusammenhang stehenden Aufgabenkreises der Zeitungsverleger-Vereine soll untersucht und dargestellt werden.

Mit dem Begriff und dem Wesen der Zeitung verbindet sich heute die fast ausschließlich anerkannte Ansicht, daß die Zeitung das Produkt eines wirtschaftlichen Unternehmens ist. Auch Groth[1]) kommt in seinem Buch nach längeren Ausführungen zu dieser Anschauung und sagt zum Schluß: „Die Zeitung ist ein Produkt der auf Privateigentum gegründeten kapitalistischen Gesellschaftsordnung, und eine Definition der Zeitung, die ihre wirtschaftliche Erscheinungsform nicht berücksichtigt, trifft keine wirkliche, sondern eine ideale Zeitung. So erscheint die Zeitung als eine von einer wirtschaftlichen Unternehmung ausgehende Veröffentlichung . . ." Das Zeitungsunternehmen reiht sich also den vielen anderen wirtschaftlichen Unternehmungen an, die unter den Einwirkungen und Ausflüssen der heute bestehenden kapitalistischen Wirtschaftsform stehen. Ein wesentlicher Ausfluß dieses Wirtschaftssystems ist neben der Einrichtung des Privateigentums der freie Wettbewerb, weshalb auch die kapitalistische Wirtschaftsform vor allem zur Unterscheidung von irgendwelchen sozialistischen Wirtschaftsformen die Bezeichnung als Konkurrenzsystem verdient. Das freie Spiel der wirtschaftlichen Kräfte wirkt sich unter den Zeitungsunternehmungen genau so wie unter den Unternehmungen anderer Wirtschaftszweige aus.

[1]) O. Groth, Die Zeitung. 1. Bd. Mannheim, Berlin, Leipzig 1928, S. 73 ff.

2. Die Besonderheiten im Konkurrenzkampf der Zeitungen.

Betrachtet man den Konkurrenzkampf im Zeitungsgewerbe, wie er vor dem Weltkriege, aber auch wieder nach dem Eintritt stabiler Verhältnisse ausgetragen worden ist, so lassen sich im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen besondere Merkmale feststellen. Ueber diese Besonderheiten schreibt Dr. Batz[2]) in einem Aufsatz und charakterisiert sie wie folgt:

„Einmal ist es die beispiellose Heftigkeit, mit der dieser Konkurrenzkampf oft geführt wird. Vor dem Kriege hatte der freie Wettbewerb beispielsweise die Bezugspreise auf ein Niveau heruntergedrückt, bei dem für das Abonnement von Leistung und annähernd gleichwertiger Gegenleistung nicht die Rede sein konnte."

Um die Richtigkeit dieser Behauptung zu erhärten, mögen einige Zahlen angeführt werden, die Dierichs[3]) in seinem Buch angibt. So berechnet er den gewogenen Durchschnittspreis für eine Wochennummer in Niederrheinland-Westfalen für 1885 mit 1,49 Mk., 1906 mit 1,39 Mk., 1914 mit 1,35 Mk. und 1926 mit 3,94 Mk. Von den im Jahre 1906 im Vereinsgebiet erscheinenden 212 Zeitungen lag der Preis einer Wochennummer bei rund 71 Prozent aller Zeitungen zwischen 0,50 bis 1,50 Mk., während die restlichen 29 Prozent 2 bis 7 Mk. kosteten. Im Jahre 1914 bewegte sich der Preis für eine Wochennummer von insgesamt 210 erscheinenden Zeitungen für rund 72 Prozent zwischen 0,50 und 1,50 Mk., die restlichen 28 Prozent kosteten 2 bis 7 Mk. Aus diesen Zahlen geht hervor, ein wie verhältnismäßig hoher Prozentsatz von Zeitungen in der Zeit von 1906 bis 1914 durch den heftigen Wettbewerb gezwungen war, seine Bezugspreise auf einem unverhältnismäßig niedrigen Niveau zu halten, während nur die wenigen fest fundierten, gut eingeführten und von dem Gewoge des Konkurrenzkampfes weniger oder gar nicht berührten Zeitungsunternehmungen es sich gestatten konnten, die Zeitungen für einen angemessenen Bezugspreis zu liefern, der damals etwa zwischen 2,50 und 3,50 Mk. gelegen hat.

Dr. Batz fährt in seinen Ausführungen folgendermaßen fort: „Eine weitere Eigentümlichkeit des Konkurrenzkampfes im Zeitungsgewerbe scheint das Bestehen einer sehr großen Anzahl von Formen zu sein, in denen man den Konkurrenzkampf führen kann und in denen er auch tatsächlich geführt wird. Die normale

---

[2]) W. Batz, Artikel „Der Konkurrenzkampf im Zeitungsgewerbe" (Mitteilungen des N. W. Z. V. V., Jahrg. 1925, Nr. 4), S. 6 ff. passim.

[3]) P. Dierichs, Der Zeitungsmarkt in Deutschland. Bochum 1928. (Diss. München), S. 195 und 199.

Ausdrucksform des Konkurrenzkampfes ist die Preisunterbietung, entweder direkter Art oder indirekt durch Mehrleistungen oder Qualitätsverbesserungen bei gleichbleibenden Preisen. Hinzu kommen im Zeitungsgewerbe versteckte Preisunterbietungen, beispielsweise durch Gewährung von Vorzugsabonnements oder durch Einräumung von Sonderrabatten. Im Anzeigengeschäft leistet das Bestehen der Rabattarife solchen versteckten Preisunterbietungen besonders Vorschub. Da der Konkurrenzkampf schnelle Entschlüsse fordert, ist man in der Auswahl des Stoffes, den man aus Konkurrenzgründen mehr bieten zu müssen glaubt, recht wenig wählerisch. Daß darunter die Qualität des ganzen Blattes leidet, ist wohl klar. Eine Grenze für die Mehrleistung scheint es kaum zu geben, zumindest liegt sie bei den meisten Zeitungen sehr hoch. Während sich in anderen Gewerben solche Mehrleistungen bei gleichbleibenden Preisen zwangsläufig in der Richtung von Qualitätsverbesserungen auswirken, ist dies im Zeitungsgewerbe nicht der Fall. Eine weitere Hauptdomäne des Konkurrenzkampfes im Zeitungsgewerbe ist das große Gebiet der Propagandamaßnahmen. An und für sich steht die Reklame dem Zeitungsgewerbe ja recht nahe. Man begnügt sich aber nicht mit der Inseratenreklame, sondern behandelt sie sogar recht oft stiefmütterlich, verteilt dagegen wochenlang Freiexemplare, führt Abonnentenversicherungen ein, veranstaltet dem Flug der Zeit folgend Preisausschreiben und inszeniert Theater- und Gesellschaftsabende.

Eine weitere Besonderheit scheint darin zu liegen, daß der Konkurrenzkampf in unserem Gewerbe aus begreiflichen Gründen allzu leicht vor dem Forum der Oeffentlichkeit ausgetragen wird. Diese Auswirkung des Konkurrenzkampfes belastet die Verlage zwar materiell nicht allzusehr, ist aber deshalb oft sehr bedauerlich, weil solche redaktionellen Auseinandersetzungen das Ansehen der Presse in den Augen des Publikums sehr herabsetzen."

3. Die Ursachen für die besonderen Erscheinungen des Wettbewerbs im Zeitungsgewerbe.

Die Darlegungen von Dr. Batz lassen die Besonderheiten im Konkurrenzkampf der Zeitungen klar erkennen. Welches sind nun die Ursachen hierfür? Daß der Konkurrenzkampf im Zeitungsgewerbe sich zum Teil anderer Methoden bedient, als es sonst unter Unternehmungen gleicher Wirtschaftsgruppen der Fall ist, mag darin begründet liegen, daß das Zeitungsgewerbe sich doch nicht ausschließlich und allein in rein wirtschaftlichen Momenten erschöpft. Dr. Batz meint auch, daß der wirtschaftliche Interessen-

gegensatz verschärft würde durch den Kampf der Weltanschauungen. Mit dem Streben nach Publizität stehe und falle ein Zeitungsunternehmen. Die Zeitung sei nicht nur eine Ware wie irgend ein Fabrikat der Textilindustrie, sondern sei darüber hinaus ein Stück öffentlicher Meinung und die Vertretung einer Idee.

Wenn man ferner berücksichtigt, daß die meisten Zeitungen nur auf ein lokal begrenztes Absatzgebiet mit einer lokal begrenzten Abnehmerschaft angewiesen sind, so kann hieraus auch ein ursächlicher Zusammenhang zwischen dieser Tatsache einerseits und dem heftigen Gebaren des Konkurrenzkampfes andererseits konstruiert werden.

4. Auswirkungen des Konkurrenzkampfes und die Möglichkeit einer Begrenzung.

Der Konkurrenzkampf kann sich sowohl im günstigen als auch im ungünstigen Sinne auswirken. Günstig wirkt er dann, wenn bei gleichbleibenden Preisen Qualitätsverbesserungen vorgenommen werden oder Mehrleistungen auf stofflichem Gebiet vollbracht werden, ohne der Qualität Abbruch zu tun. Durch die Besonderheiten im Wettbewerb der Zeitungen zeitigt jedoch dieser Kampf ungünstige Folgen, Folgen, die ein mit reinen Waffen geführter Konkurrenzkampf nicht aufweisen sollte. Batz meint, daß dadurch alle Beteiligten wirtschaftlich geschwächt würden, und da eine völlige Verdrängung des Konkurrenten fast niemals vorkäme und zudem der Gegner mit der Abwehr stets schnell zur Hand sei, sei der Erfolg einer konkurrenzlichen Maßnahme überhaupt in Frage gestellt.

„Es ist nun wieder als eine Eigentümlichkeit des Zeitungsgewerbes anzusehen", schreibt Batz, „daß sich trotz der Heftigkeit des Konkurrenzkampfes keine wirtschaftlichen Gegenkräfte zu seiner Ausschaltung oder Einschränkung geltend gemacht haben. Die Einsicht, daß sich der wirtschaftliche Vorteil der einzelnen durch Vereinbarungen oder Zusammenschlüsse zwecks gemeinsamer Beherrschung des Marktes besser wahren lasse, als durch einen alle Beteiligten schädigenden Konkurrenzkampf, ist es, welche in den letzten Jahrzehnten in der Industrie zu immer größerer Kartellierung und Konzernbildung geführt hat. Je mehr das stehende Kapital in der Produktionsanlage vorwiegt, und je gleichmäßiger das erzeugte Produkt ist, desto leichter geht die Kartellbildung vor sich. Nun ist vor allem die letzte Voraussetzung für das Zeitungsgewerbe am wenigsten gegeben. Wir finden deshalb im deutschen Zeitungsgewerbe nur ganz unwesentliche Ansätze zu einer Entwicklung,

die der zunehmenden Kartellierung und Syndizierung in der Industrie gleichzustellen wäre."

Feldhaus[4]) äußert sich zu der Frage der Kartellbildung im Zeitungsgewerbe ablehnend. „Die große Selbständigkeit des Deutschen, die sich auch in seiner Neigung zum Partikularismus auf vielen Gebieten ausdrückt, wird einstweilen stets eine zu weitgehende Syndizierung im deutschen Zeitungswesen hintanhalten, und dem steht ja auch der starke Idealismus unseres Volkes entgegen, das nun einmal nicht will, daß die beiden Begriffe Geschäft und Zeitung allzu eng miteinander verknüpft werden."

5. Die Aufgaben der Verlegerorganisationen.

Die deutsche Verlegerschaft hat sich in dem am 7. 5. 1894 gegründeten „Verein Deutscher Zeitungsverleger"[5]) (V.D.Z.V.) und seinen Kreisvereinen eine Berufsorganisation geschaffen, die nach Maßgabe ihrer eigenen Zielsetzung nicht den Zeitungsmarkt monopolartig beeinflussen will, sondern die es sich in Wahrung ihrer Berufs- und Standesinteressen zur Aufgabe gemacht hat, dem Konkurrenzkampf eine Richtung zu geben, die für eine wirtschaftliche Prosperität und ein gedeihliches Nebeneinanderbestehen der Zeitungsunternehmungen notwendig ist. Die Wahrung der beruflichen Interessen erstreckt sich nicht nur darauf, günstigere Voraussetzungen für die Zeitungen als Leistungsanbieter zu erzielen, sondern auch die Verhältnisse zwischen Anbietern und Abnehmern im günstigen Sinne zu beeinflussen. Die Stärkung des Standesbewußtseins und die Pflege und Hebung des Gefühls der Gemeinsamkeit und Zusammengehörigkeit ist der weitere Sinn der Verlegervereine. „Der Verein wird über wirtschaftliche Dinge hinaus Vertretung einer am gleichen Werk arbeitenden Gemeinschaft deutscher Verleger sein, oder er wird nicht sein."[6])

Der „Verein Südwestdeutscher Zeitungsverleger", Kreisverein des „Vereins Deutscher Zeitungsverleger", der das Gebiet Pfalz und Baden umfaßt, hat 1925 in einer Zusammenstellung von Grundsätzen und wichtigen Beschlüssen des Vereins zur Frage des Wettbewerbs grundsätzlich Stellung genommen und Richtlinien für die Wettbewerbsarbeiten aufgestellt, die den Weg erkennen lassen, den sich die deutschen Zeitungsverleger-Vereine im allgemeinen im

[4]) E. Feldhaus, Das Deutsche Zeitungswesen. Leipzig 1916, S. 24.
[5]) Vgl. u. III. Teil, 1. Kap., 1.
[6]) Schlußwort aus dem Jahresbericht des „Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins" v. 10 5. 1926.

Verfolg ihrer Bestrebungen und Aufgaben vorgezeichnet haben[7]). Es wird dort folgendes ausgeführt:

„I. Grundsätzliches zur Frage des Wettbewerbs.

1. Es ist nicht Aufgabe der Verlegervereine, den Besitzstand seiner Mitgliedszeitungen zu schützen oder die Verbreitungsgebiete abzugrenzen. Der Verein vertritt satzungsgemäß die beruflichen und Standesinteressen seiner Mitglieder. Er ist jedoch weder ein Verkaufssyndikat noch ein Preiskartell.
2. Trotz des unter Nr. 1 festgestellten Grundsatzes wird und muß jedoch der Verein seine Mitglieder vor unzulässigen Konkurrenzmaßnahmen schützen. Er sucht diese Aufgabe bei Mitgliedern durch gütliche Vermittlung, durch persönliche Vorstellungen und Einwirkungen oder durch ein Verfahren vor dem Ehrenrat zu erreichen. Ferner soll die Aufstellung von Richtlinien nicht nur für den Wettbewerb sondern auch zur Durchführung geordneter Geschäftsgrundsätze überhaupt beitragen. Nichtmitgliedern gegenüber wird der Verein feststellen, ob ihr Verhalten oder ihre Konkurrenzmaßnahmen gegen die verlegerische Standesehre verstoßen und die Feststellung, soweit nötig, der Öffentlichkeit zugänglich machen.
3. Es kann weiter nicht Aufgabe und nicht in der Absicht des Vereins sein, daß jede Konkurrenz ausgeschaltet wird. Wie überall, so ist auch im Zeitungsgewerbe ohne freien Wettbewerb eine Entwicklung nach oben unmöglich, denn: die Zeitungen als die berufenen Hüter weitestgehender öffentlicher Interessen müssen auf die höchstmögliche Stufe der Vollendung gebracht werden.
4. Dieser Grundsatz bedeutet selbstredend nicht, daß der Verein unbesehen jede Propagandamaßnahme billigt.

II. Richtlinien für die Wettbewerbsarbeiten.

1. Oberster Grundsatz soll für jeden Zeitungsverleger bei Wettbewerbsmaßnahmen folgender sein: die Herabsetzung des Bezugs- und Anzeigenpreises, ohne daß wirtschaftliche Vorgänge dies allgemein notwendig machen, und ohne daß dazu die Vereinsorganisation endgültige Beschlüsse gefaßt hat, ist zwar eine bequeme, aber oft mit Gefahren verbundene und keineswegs sicher zum Erfolg führende Propaganda-

[7]) Zusammenstellung von Grundsätzen und wichtigen Beschlüssen des Vereins. Herausgegeben v. „Verein Südwestdeutscher Zeitungsverleger", April 1925.

maßnahme. Dem gegenüber bietet der innere Ausbau der Zeitung den Vorteil, daß er viel sicherer zum Erfolg führt und überdies auch der Allgemeinheit nützt.

2. Bei der Propagandatätigkeit muß alles vermieden werden, was andere Zeitungen in den Augen des Publikums herabsetzt. Dazu ist insbesondere eine scharfe Instruktion der Vertreter und Akquisiteure dringendst nötig und unerläßlich.
3. Jede Schleuderkonkurrenz ist verboten. Die im Kopf der Zeitung angegebenen Bezugs- und Anzeigenpreise und die allgemeinen Rabattbedingungen müssen innegehalten werden.
4. Bei einer geplanten Veränderung der Bezugs- und Anzeigenpreise betrachtet der Verein bekanntlich die vorherige Benachrichtigung der Orts- bzw. der Nachbarzeitung für ein Erfordernis der Kollegialität.
5. Jede Bezugsaufforderung und Anzeigenwerbung — im Blatt, schriftlich oder durch die Vertreter — unter dem Hinweis, daß die eigene Zeitung billiger sei als die Konkurrenzzeitung, ist unstatthaft.
6. Das Verteilen von Freiexemplaren ist innerhalb jedes Monats auf die Dauer einer Woche (6 aufeinanderfolgende Tage) laut Vereinsbeschluß gestattet.
7. Vorzugsabonnements sind grundsätzlich nicht zu gewähren. Der diesbezügliche Vereinsbeschluß ist streng einzuhalten."

2. Kapitel

Allgemeine Geschichte des Vereins

1. Abschnitt. Die Gründung des Vereins [1])

1. Die ersten Ansätze zur Gründung eines Zeitungsverleger-Vereins in Niederrheinland und Westfalen.

Der „Niederrheinisch - Westfälische Zeitungsverleger - Verein" (N.W.Z.V.V.) ist in der Form, wie er sich heute in seiner Organisation, Ausdehnung und Bedeutung für das Zeitungsgewerbe darstellt, das Ergebnis einer langjährigen, durch zahlreiche Schwierigkeiten und Mühen gehemmten Entwicklung, die, aus kleinen Anfängen herauswachsend, sich allmählich zu einem machtvollen Faktor des Zeitungsgewerbes emporschwang. Aus der in der Ein-

[1]) Dieser Abschnitt wurde bearbeitet nach dem von der Geschäftsstelle des N. W. Z. V. V., Bochum, Bongardstr. 15, dem Verfasser zur Verfügung gestellten Aktenmaterial. (Bezeichnung der Akten: „Vereinsgeschichte".)

leitung dieser Abhandlung dargestellten geschichtlichen Entwicklung der Presse in Niederrheinland und Westfalen ist zu ersehen, daß der Aufschwung und die zahlenmäßige Zunahme der Zeitungen in den letzten Jahrzehnten des 19. Jahrhunderts bedeutend ist. Parallel mit dieser rapiden Ausbreitung der Zeitungen geht ein immer mehr an Intensität zunehmender Konkurrenzkampf. Es ist der Kampf um den Absatz, der Kampf um die Steigerung der Abonnentenzahl. Daß der Konkurrenzkampf in dem besprochenen Gebiet besonders heftig gewesen ist, geht aus der Tatsache hervor, daß um die Jahrhundertwende die Zunahme der Zeitungen mit dem Anwachsen der Bevölkerung nicht Schritt gehalten hat, daß also die territoriale Dichtigkeit der Zeitungen noch nicht so groß war, daß der Zeitungsmarkt als gesättigt angesehen werden konnte. Dierichs[2]) führt dazu folgende Zahlen an:

Jahr	Bevölkerungszahl in 1000	Zahl der Zeitungen
1885	2205	145
1905	3618	212

Danach kommen in Niederrhein-Westfalen im Durchschnitt auf eine Zeitung 1885 15 207 Einwohner und 1905 17 066 Einwohner. Hieraus folgt einmal, daß in der Zeitspanne von 1885 bis 1905 die Zahl der Zeitungen im Verhältnis zum Anwachsen der Bevölkerung zurückgebliebenen ist (Bevölkerungszunahme 64,1 Prozent, Zunahme der Zeitungen 46,2 Prozent), wenn auch die territoriale Dichtigkeit der Zeitungen mit einem Jahresmittel von 2,2 Prozent erheblich zugenommen hat. Zum anderen folgt hieraus, daß die bestehenden Zeitungen ihren Absatzkreis vergrößert haben, bzw. in der Lage sind, ihn noch zu vergrößern.

Wollte man nun diesen Wettbewerb eindämmen und begrenzen, um schwächere Unternehmungen zu schützen und Auswüchse des Konkurrenzkampfes zu vertilgen, so war der Schritt zur Gründung eines Zeitungsverleger-Vereins nicht mehr weit. Wenn nun auch die Wettbewerbsbegrenzung nicht den unmittelbaren Anlaß zur Gründung eines solchen Vereins gab, so haben sich die später zusammengeschlossenen Zeitungsverleger doch diese Idee zu einem Hauptpunkt ihres Programms gemacht.

Den ersten Anlaß zu Gründungsversuchen gaben vielmehr Fragen, die für alle Verleger des Gebietes von gleich großem Interesse

[2]) Dierichs, a.a.O. S. 23—24.

waren, sodaß man bestrebt war, eine Verständigung herbeizuführen und evtl. eine Stelle zu schaffen, die in Zukunft die allgemeinen Interessen vertreten konnte.

Als erster Gründungsversuch kann ein dem Verfasser vorliegendes Rundschreiben bezeichnet werden, das, datiert vom 11. September 1900, von Hannover aus an die Zeitungsverleger Braunschweigs, Bremens, Hannovers, Oldenburgs und Westfalens gerichtet wurde. Unterzeichnet ist es von fünf nordwestdeutschen Verlegern aus Bremen, Braunschweig, Hannover, Dortmund und Oldenburg i. Gr. Die Verleger sollten zusammenberufen werden, um, wie es darin heißt, „im gemeinsamen Ideenaustausch zu beraten, wie die außerordentliche Belastung erträglich gemacht werden kann." Diese „außerordentliche Belastung" wird ersichtlich aus der Tagesordnung, in der es heißt: „Allgemeine Besprechung der gegenwärtigen Lage des Zeitungsgewerbes mit Rücksicht auf die unverhältnismäßige Erhöhung des Papierpreises und des Postzeitungstarifes." Der Papierpreis z. B. betrug nach Laupenmühlen[3]) für 100 Kilo 1898 22 Mk., 1899 23 Mk., 1900 23 Mk., 1901 28,25 Mk. Danach erfuhr der Preis in der Zeit von 1900 bis 1901 eine Steigerung um rund 36 Prozent. Die Ursache dieser Preiserhöhung war ein prohibitiv wirkender Einfuhrzoll auf dieses Produkt, der in der Zeit von 1891 bis 1902 6 Mk. pro 100 Kilo betrug[4]).

Ueber den Verlauf und Erfolg der aus diesen Gründen einberufenen Versammlung liegen keinerlei Protokolle vor. Es ist deshalb anzunehmen, daß sie resultatlos verlief, wohl auch wegen des für gemeinsame Interessenvertretung zu weit gegriffenen Gebietes.

Fast um die gleiche Zeit (22. 9. 1900) ladet ein Wattenscheider Verleger die Zeitungen des Bezirks Bochum zu einer Besprechung ein „behufs Stellungnahme zur Frage der Erhöhung des Abonnentenpreises". In der Versammlung am 25. 9. 1900, bei der zehn Verlage aus Bochum, Gelsenkirchen und Umgebung vertreten waren, wurde beschlossen, daß in Anbetracht der Papierpreissteigerung eine Erhöhung des Abonnementspreises um 5 Pfg. pro Monat angemessen, und daß außerdem ein Mindestbezugspreis von 60 Pfg. erstrebenswert sei. Ob diese Beschlüsse im einzelnen befolgt wurden, läßt sich nicht nachprüfen, immerhin ist der Ansatz zu einheitlichem Handeln der Zeitungsverleger erkennbar und bemerkenswert.

---

[3]) H. Laupenmühlen, Der Zeitungsverlag in Deutschland und seine Interessenvertretung: Der Verein Deutscher Zeitungsverleger. Bochum 1911 (Diss. Tübingen), S. 144—145.

[4]) Laupenmühlen, a. a. O. S. 145.

Am 2. Oktober folgte eine weitere Zusammenkunft aus denselben Gründen, die von 19 Zeitungsverlegern besucht wurde. Endlich fand am 9. Oktober noch eine Versammlung statt, bei der die Tagesordnung außer der vorzunehmenden Abonnementspreiserhöhung weiter erwähnt: „Die Gründung eines Zeitungsverleger-Vereins für den niederrheinisch-westfälischen Industriebezirk". Die Versammlung verlief anscheinend ergebnislos, da weder Protokolle noch ähnliche Schriftstücke über die vollzogene Gründung eines Zeitungsverleger-Vereins vorliegen.

Aus dem folgenden Jahr 1901 liegt dem Verfasser ein Rundschreiben vor, das, datiert vom 19. Juli 1901, von einem in Hattingen-Ruhr ansässigen Zeitungsverleger an seine Kollegen des Industriegebiets gerichtet ist, und das als ein neuer Versuch zur Gründung einer die gemeinsamen Interessen der Verleger vertretenden und das Zeitungsgewerbe fördernden Organisation angesehen werden darf. Bemerkenswert ist folgender Satz: „Da der Verein Deutscher Zeitungsverleger in vielen Orten festen Fuß faßt, zumal die rührige Leitung desselben sich immermehr Anerkennung erringt, so bin ich neuerdings von verschiedenen Seiten ersucht worden, die Herren Kollegen zu bitten, dem Gedanken der Gründung eines Kreisvereins des Vereins Deutscher Zeitungsverleger für den diesseitigen Bezirk näher treten zu wollen, zumal die Anlehnung an eine schon bestehende Organisation nach mancher Seite hin erfolgversprechend sein dürfte."

An dieser Stelle seien folgende Ausführungen eingeschaltet: Im Jahre 1894 wurde durch die Gründung des „Vereins Deutscher Zeitungsverleger" (V.D.Z.V.) mit dem Sitz in Hannover (jetzt Berlin) der erste Schritt zur planmäßigen Organisierung des Zeitungsgewerbes getan. Der Verein sollte alle deutschen Zeitungsverleger umfassen und als Berufsorganisation ihre Interessen wahrnehmen. Um nun die Verleger als Mitglieder zu gewinnen und um eine bessere Arbeitsteilung bei der Durchführung des Vereinsprogramms zu erzielen, war der V.D.Z.V. bestrebt, in den einzelnen Landesteilen Deutschlands Untervereine ins Leben zu rufen. Diese „Kreisvereine" waren an sich selbständig, aber gleichzeitig Mitglied des V.D.Z.V., sodaß also der V.D.Z.V. gleichsam als Spitzenorganisation der in den einzelnen Kreisvereinen zusammengeschlossenen Verleger anzusehen ist. Auf die Stellung der Kreisvereine zum V.D.Z.V. sowie auf den V.D.Z.V. selbst wird im weiteren Verlauf der Abhandlung noch näher einzugehen sein[5]). Der Hinweis auf den V.D.Z.V. erscheint deshalb als angebracht, weil in späteren

[5]) Vgl. u. III. Teil, 1. Kapitel.

Jahren die Bestrebungen zur Gründung des „Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins“ zum großen Teil auf die Initiative des V.D.Z.V. zurückzuführen sind.

Die im Jahre 1901 abgehaltene Versammlung, die sich mit der Frage der Gründung eines solchen Kreisvereins beschäftigte, muß ebenso wie die bisher abgehaltenen resultatlos verlaufen sein, denn es liegen keine Schriftstücke vor, die von einer Gründung zeugten.

Der nächste ebenfalls erfolglose Versuch, die Verleger des Industriebezirks zusammenzuschließen, fällt in das Jahr 1904. Die Anregung geht diesmal vom V.D.Z.V. selbst aus, der in einem Rundschreiben vom 10. 12. 1904 die Notwendigkeit eines gemeinsamen Vorgehens aller Verleger gegen die Auswüchse des Wettbewerbs betont und die Gründung eines Vereins anregt. Aus einem weiteren Schreiben vom 13. Dezember geht hervor, daß eine vorbereitende Besprechung der Verleger am 15. Dezember in Bochum stattfinden soll, bei der neben vielen anderen Punkten der Tagesordnung auch die „Gründung einer Bezirksvereinigung der Kollegen für lokale Aufgaben“ besonders interessiert. Auch hier kam es zu keiner Einigung, und der Gedanke einer Verlegervereinigung verfiel wieder der Vergessenheit.

2. Die Gründung des „Zeitungsverleger-Vereins des Rheinisch-Westfälischen Industriebezirks“ als Vorläufer des Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverlegervereins.

Das erste positive Ergebnis der sowohl von seiten einzelner Zeitungsverleger als auch durch den V.D.Z.V. angestellten Bemühungen, die Verleger des weiteren Industriegebietes zu einer Interessengemeinschaft zusammenzuschließen, wird auf einer Versammlung am 14. 12. 1908 in Essen erzielt, die auf Drängen des V.D.Z.V. durch zwei Essener Verleger einberufen wurde. Aus dem Protokoll geht hervor, daß in dieser von 26 Zeitungsverlegern besuchten Tagung der Beschluß zur Gründung eines Zeitungsverleger-Vereins gefaßt wurde. Der vorläufige Vorstand setzte sich aus sieben Herren der größten Städte zusammen, welche die Kollegen ihrer Städte und deren näherer Umgebung für den Verein gewinnen sollten. Diese Werbetätigkeit für die Notwendigkeit eines Zusammenschlusses möglichst aller Verleger und den planmäßigen Aus- und Aufbau des Vereins hat, wie aus vorliegenden Schriftstücken hervorgeht, zum mindesten in Bochum stattgefunden.

Endlich findet am 3. 4. 1909 in Essen eine von 33 Verlegern besuchte Versammlung statt, in der der „Zeitungsverleger-Verein

des Rheinisch-Westfälischen Industriebezirks" gegründet wird. Kurz darauf erfolgt eine weitere Tagung, in der grundsätzliche Fragen, Feststellung der Satzungen usw. zur Beratung stehen, jedoch scheint der Verein im Anfang seines Bestehens wenig an Boden gewonnen zu haben, und es liegen auch keine Anhaltspunkte vor, die von einer zielbewußten und von gemeinsamem Wollen getragenen Vereinstätigkeit Zeugnis ablegten.

Daß dieser Verein anfangs nur dem Namen nach bestand und nach außenhin noch nicht sonderlich in Erscheinung getreten war, beweist ein Schreiben des V.D.Z.V. vom 27. 1. 1910 an den Vorsitzenden des Vereins im Industriebezirk. Es wird darin erwähnt, daß zwar die Gründung eines solchen Vereins bekannt sei, aber bei der Geschäftsstelle des V.D.Z.V. noch keinerlei Satzungen u. dgl. vorlägen. Daraus geht hervor, daß der Anschluß des Vereins im Industriegebiet an den V.D.Z.V. noch nicht erfolgt war. Daß dieser Anschluß aber sowohl in seiner Bedeutung für den V.D.Z.V., als auch für die gute Sache des Zeitungsgewerbes überhaupt von großer Wichtigkeit erschien, erhellt aus weiteren Schreiben des V.D.Z.V. an den Verein der Zeitungsverleger des Rheinisch-Westfälischen Industriebezirks. Es wird darin zum Ausdruck gebracht, daß man den bestehenden Verein nach weiterem Ausbau und nach Einbeziehung weiterer Gebietsteile Westfalens und des Niederrheins als Kreisverein des V.D.Z.V. neu bilden solle. Es ist ein großes Verdienst des V.D.Z.V., durch diese Maßnahmen im wesentlichen dazu beigetragen zu haben, daß in einem Gebiete, in dem ein umfassender Zusammenschluß der Verleger bisher noch nicht stattgefunden hatte, nunmehr eine Organisation geschaffen wurde, die in ihrer Einheitlichkeit ein wesentliches Gegengewicht bei dem Ausgleich der Kräfte im wirtschaftlichen Kampf bildete. Es ist ein weiteres Verdienst des Vorsitzenden des Vereins im Industriegebiet, Herrn Otto Dierichs, Zeitungsverleger in Bochum, der auch heute noch den Vorsitz des aus diesem Verein hervorgegangenen „Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins" inne hat, daß es ihm gelang, nach vorhergegangener Fühlungnahme mit maßgebenden Herren des Zeitungsgewerbes, am 6. Juli 1910 eine Generalversammlung der Verleger des rheinisch-westfälischen Industriebezirks nach Bochum zusammenzuberufen. In dieser Versammlung wurden von den 21 anwesenden Verlegern die Satzungen einstimmig angenommen und der Anschluß des Vereins als Kreisverein an den V.D.Z.V. beschlossen. Hiermit ist die Gründung des „Zeitungsverleger-Vereins des Rheinisch-Westfälischen Industriebezirks" endgültig vollzogen. Durch Rundschreiben setzt eine rege Werbetätigkeit ein, um auch die übrigen Verleger als Mitglieder zu gewinnen. Der Erfolg zeigt

sich in der Mitgliederliste vom 1. 10. 1910, in der 87 Verlage als Mitglieder des Vereins eingetragen sind. Von diesen 87 Zeitungsunternehmungen entfallen 26 nach der geographischen Zugehörigkeit ihres Erscheinungsortes auf die Rheinprovinz, die übrigen 61 Zeitungen erscheinen in Orten der Provinz Westfalen.

3. Die Gründung des „Vereins Rheinisch-Westfälischer Zeitungsverleger" in Köln als Gefahrenmoment für den „Zeitungsverleger-Verein des Rheinisch-Westfälischen Industriebezirks", und die Umwandlung des letzteren in den „Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungs-Verleger-Verein." (N.W.Z.V.V.)

Im Anfang des Jahres 1911 traten Ereignisse ein, die den eben erst konstituierten Zeitungsverleger-Verein im Industriegebiet in seiner Existenz gefährdeten und die die Berechtigung auf ein Fortbestehen des Vereins auf eine harte Probe stellten. In Köln hatte sich nämlich durch die Initiative der Verleger der „Kölnischen Volkszeitung" und der „Kölnischen Zeitung" am 30. Januar 1911 ein „Verein Rheinisch-Westfälischer Zeitungsverleger" gebildet, der sich zur Aufgabe gestellt hatte, die Verleger der Provinzen Rheinland und Westfalen einheitlich zusammenzuschließen. Wäre der Plan in seiner ursprünglichen Absicht zur Durchführung gelangt, so hätte dies das Ende des jungen Vereins im Industriegebiet zur Folge gehabt. Die Frage bleibe dahingestellt, ob man in Köln den „Zeitungsverleger-Verein des Rheinisch-Westfälischen Industriebezirks" nicht für lebensfähig erachtete und durch die Gründung des Kölner Vereins den Schwerpunkt einer richtunggebenden Wirtschafts- und Berufspolitik der Zeitungsunternehmer nach Köln verschieben wollte, das ja von jeher bestrebt war, sich zur Metropole des deutschen Westens emporzuarbeiten. Immerhin erscheint das Gebiet, das der Verein Rheinisch-Westfälischer Zeitungsverleger zu umfassen beabsichtigte, als zu groß, um ein gedeihliches Zusammenarbeiten aller Verleger zu ermöglichen, und um die genügende und gleichmäßige Bearbeitung und Beeinflussung der Verleger durch den Verein gewährleisten zu können.

Natürlich löste das Vorgehen Kölns bei dem Verein des Industriegebietes starken Widerspruch aus. Es entspann sich eine ausgedehnte Korrespondenz zwischen den beiden Vereinen einerseits und dem Verein des Industriebezirks mit dem V.D.Z.V. anderseits, der gleichsam eine Vermittlerrolle zur Beseitigung der bestehenden Gegensätzlichkeiten übernahm. Der Vorstand des Zeitungsverleger-Vereins des Industriebezirks beschwerte sich bitter darüber, daß es

möglich sei, über den Kopf eines bestehenden Kreisvereins hinweg und unter Mißachtung seines Bestehens einen neuen Verein ins Leben zu rufen, der das Gebiet des alten Vereins mit in sich einschließe. Es erübrigt sich, weiter auf nähere Einzelheiten der gegenseitigen Verhandlungen einzugehen. Jedenfalls wurde allmählich eine Einigung dahingehend erzielt, daß Köln den schon bestehenden Verein unberührt ließ und seine Tätigkeit auf das Rheinland, mit Ausnahme des nordöstlichen Teils, beschränkte.

Jetzt ging der Verein des Industriegebietes daran, das bisher unorganisierte Hinterland Münster und Paderborn für sich zu gewinnen. Die Verleger dieser Gegenden sprachen sich durchweg für einen Anschluß aus, und damit war der Wirkungskreis des Vereins bedeutend vergrößert. Im Anschluß an den Streit mit Köln und das Einbeziehen der Gegenden Münster und Paderborn in das Vereinsgebiet beruft der Verein durch Rundschreiben seine Mitglieder zum 4. März 1911 nach Essen. In diesem Schreiben vom 25. 2. 1911 werden die Gründe dargelegt, die die Umwandlung des bestehenden Vereins in einen Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Verein für notwendig erscheinen lassen. Bemerkenswert sind folgende Sätze: „Wir erachten ganz Rheinland und Westfalen eben für viel zu groß, um es in einem Kreisverein zusammenzufassen, es hat 11 Millionen Einwohner, von Minden bis Saarbrücken brauchen die besten Verbindungen 10 bis 11 Stunden." — — „Die einzelnen Bezirke wie Cleve und das Siegerland, Trier und Minden, Saarbrücken und Paderborn haben überhaupt keinerlei Beziehungen zueinander . . ." — — „Wir haben daher einstimmig beschlossen, an unserem Kreisverein nicht nur festzuhalten, sondern ihn auszubauen, wobei wir es den Kölner Interessenten anheimstellen, einen rheinischen Kreisverein zu gründen."

In der Versammlung vom 4. März wird bei Teilnahme von 31 Verlegern die Gründung eines Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins beschlossen, der das Gebiet der Provinz Westfalen mit Ausnahme des Siegerlandes, sowie das Niederrheinland bis einschließlich Duisburg umfassen soll. Die Grenze verläuft also über folgende Städte: Düsseldorf—Schwelm—Lüdenscheid—Altena —Neheim—Paderborn—Münster — Bocholt — Emmerich — Wesel — Duisburg.. In der am 25. März in Dortmund abgehaltenen Generalversammlung wird dann der „Niederrheinisch-Westfälische Zeitungsverleger-Verein" (N.W.Z.V.V.) fest konstituiert und die Satzungen unverändert angenommen. Die Anwesenheitsliste verzeichnet 39 Verleger. Damit ist die endgültige Gründung des Vereins vollzogen.

Eine Mitgliederliste des Vereins vom 11. 11. 1911 verzeichnet 63 Zeitungsverlage. Gegen den Stand von 87 Mitgliedern vom 1. 10.

1910 hat demnach die Zahl insgesamt um 24 abgenommen. Ausgetreten sind in der Zeit 37 Verlage, neu hinzugekommen 13. Der Grund für die Abnahme der Mitgliederzahl ist in den Wirren zu suchen, die die Gründung des Kölner Vereins mit sich bringen mußten. Von den 63 Mitgliedsverlagen entfallen nach der Zugehörigkeit ihrer Verlagsorte auf die Rheinprovinz 17, auf Westfalen 46.

Dierichs[6]) gibt die Zahl der in Westfalen bestehenden Zeitungen für das Jahr 1905 mit 212 und für 1914 mit 210 an. Rechnet man für 1911 etwa 211 bestehende Zeitungen, so ergibt sich, daß bei der Gründung des N.W.Z.V.V. von den Zeitungen Westfalens rund 22 Prozent Mitglieder des Vereins waren. Dabei ist aber noch zu berücksichtigen, daß das Siegerland nicht mit zum Vereinsgebiet gehört, so daß also der Prozentsatz der Vereinszugehörigkeit in Wirklichkeit noch um 1 bis 2 Prozent höher liegt. Dieselbe Berechnung für das Rheinland anzustellen erübrigt sich, da ja nur ein geringer Teil der Rheinprovinz dem Vereinsgebiet zugeteilt ist.

4. Die Ursachen für die Schwierigkeiten, welche dem Zusammenschluß der Zeitungsverleger entgegenstanden.

Wenn man rückschauend die Gründungsgeschichte des N.W.Z.V.V. von den ersten erfolglosen Anfangsversuchen bis zur glücklichen Vollendung überblickt, so drängt sich einem unwillkürlich die Frage auf, aus welchen Gründen der Zusammenschluß der Zeitungsverleger so viel Mühe und Zeit verschlang.

Die Ursache weshalb die Einigung so spät zustande kam, ist zunächst in der besonderen Struktur des Zeitungsgewerbes überhaupt und der besonderen Eigentümlichkeit der Ware Zeitung zu suchen Die Zeitung ist ein derart individuell orientiertes wirtschaftliches Phänomen, daß es fast unmöglich erscheint, sie auf die Dauer durch Konventionen über Preis, Absatz und äußere Aufmachung zu binden. Es ist ferner von Bedeutung, daß die Zeitung in ihrem Wesen den zwiefachen Charakter eines Geschäftsobjektes und eines geistigen Produktes vereinigt. Als geistiges Produkt vermittelt und verbreitet sie bestimmte Ideen, die dann leicht die Ursache zu Konflikten mit anders denkenden Zeitungen werden können, vor allem dann, wenn die Zeitung, die Macht ihrer unbegrenzten Publizität auf die öffentliche Meinung ausnutzend, diese Konflikte polemisierend vor die Öffentlichkeit bringt. Daß Verleger von derart von entgegengesetzten Ideenkreisen beherrschten Zeitungen sich nur schwer in

[6]) Dierichs, a. a. O. S. 23.

einem Verein zusammenfinden werden, der die Interessen aller vertreten und auch in wirtschaftlichen Fragen Einfluß auf die Mitglieder ausüben soll, ist nicht von der Hand zu weisen. Weiter nehmen die Lokalblätter eine besondere Stellung ein. Sie sind ortsgebunden, d. h. sie sind darauf angewiesen, in demselben Gebiete und demselben Abnehmerkreis wie die anderen Zeitungsorgane am Ort Absatz zu suchen. Es ist erklärlich, daß unter diesen Umständen bei den Zeitungen desselben Ortes ein heftiger Konkurrenzkampf entbrennt, vor allem auch dann, wenn zwei oder mehrere Zeitungen die gleichen politischen Ziele verfolgen, weil dadurch ihr Abnehmerkreis noch mehr reduziert ist.

Zu diesen Ursachen treten noch besondere, die gerade im Industriegebiet den Zusammenschluß der Zeitungsverleger so schwierig und zeitraubend gestalteten. Hierher gehört einmal die große Dichtigkeit der Zeitungen im Industriegebiet und zum anderen der gerade in diesem Gebiet vorherrschende Expansionsdrang. Neu gegründete Zeitungsunternehmungen, denen noch eine gefestigte Grundlage für eine wirtschaftliche Fortführung des Betriebes fehlt, versuchen natürlich mit allen Mitteln, die Bevölkerung des aufblühenden Industriegebietes für sich als Abnehmer zu gewinnen. Dieses Vorgehen wird unzweifelhaft zu Konflikten mit anderen älteren Unternehmungen führen, und gerade jene entwicklungsfähigen und vorwärtsstrebenden Unternehmungen sind es auch, die am wenigsten zu einer kollegialen Vereinigung der Zeitungsverleger neigen. Wo solche Gegensätze fehlen, ist natürlich ein Zusammenschluß leicht. Dieses wäre möglich in relativ dünn besiedelten Gegenden, wo die wenigen Zeitungen die einzigen eines enger umgrenzten Gebietes sind, und wo ein Bekämpfen der Zeitungen untereinander ausgeschlossen erscheint, da sich die Grenzen ihres Verbreitungsgebietes gar nicht oder nur unwesentlich schneiden. Aber trotz aller bestehenden Gegensätze ist es gelungen, in dem an Spannungen so reichen Industriegebiet eine große Zahl von Zeitungsverlegern zusammenzuschließen, eine Zahl, die anfänglich noch gering erscheinen mag, die aber bis heute so gestiegen ist, daß der weitaus größte Teil der Verleger in Niederrhein-Westfalen Mitglied des N.W.Z.V.V. ist[7]).

[7]) Vgl. u. I. Teil, 2. Kap., 4. Abschn., 1.

2. Abschnitt

Der Verein von der Gründung bis 1918

1. Die Vorkriegszeit.

Über die Entwicklung des Vereins und über seine geleistete Arbeit in den Jahren von seiner Gründung an bis zum Ausbruch des Weltkrieges können leider infolge Materialmangels keine umfassenden Angaben gemacht werden. Es konnte nur festgestellt werden, daß in den von der Vereinsleitung einberufenen Generalversammlungen, sowie in gelegentlichen Besprechungen von Verlegern bestimmter Distrikte und Städte akute Fragen des Zeitungsgewerbes besprochen worden sind. Nennenswerte Beschlüsse wurden nicht gefaßt. Produktionsbedingungen, Preise und Löhne blieben während dieser kurzen Zeitspanne stabil, sodaß auch dem Verein keine nennenswerte Gelegenheit gegeben war, in wichtigen Fragen vermittelnd, schlichtend oder fördernd einzugreifen.

2. Der Weltkrieg.

Mit dem Ausbruch des Weltkrieges und vor allem während seines Verlaufes erwuchsen dem N.W.Z.V.V. Aufgaben von bedeutungsvoller Tragweite, sodaß der Verein während dieser Periode erstmalig im Verfolg seiner Ziele und seines Zweckes umfangreiche und für seine Mitglieder wertvolle und fruchtbringende Arbeit leistete. Die im Verlauf des Krieges dauernd wachsenden Kosten der für die Herstellung der Zeitung notwendigen Rohmaterialien (Papier, Farbe, Blei, Gummi) und ihre zunehmende Verknappung, die steigenden Löhne, der immer stärker in Erscheinung tretende Mangel an geschulten Arbeitskräften und die Abnahme der Inseratenaufträge gestalteten die Produktionsbedingungen und überhaupt die Gesamtlage des Zeitungsgewerbes äußerst schwierig und gefährlich und führten wiederum zu Erhöhungen der Bezugs- und Anzeigenpreise und zu zahlreichen Besprechungen und Versammlungen innerhalb des N.W.Z.V.V., worin über die Notlage und geeignete Abwehrmaßnahmen beraten wurde. Die vom N.W.Z.V.V. während des Weltkrieges verfolgte Bezugspreispolitik ist in einem anderen Zusammenhang ausführlich behandelt worden, und es wird deshalb an dieser Stelle nicht besonders darauf eingegangen[8]).

Die außer diesem Problem noch zahlreichen Fragen, welche die durch den Krieg beeinflußte wirtschaftliche Situation für die Presse hervorgerufen hatte, beschäftigten den Verein in reichlichem Maße.

[8]) Vgl. u. II. Teil, 1. Kap., 1. Abschn.

Auf der am 6. 3. 1915 in Düsseldorf vom N.W.Z.V.V. und dem „Verein Rheinischer Zeitungsverleger“ gemeinsam abgehaltenen Versammlung wurde dem Verlangen der militärischen Behörden und der Zivilbehörden, Anzeigen im militärischen Interesse gratis zu veröffentlichen, entgegengetreten und eine Bezahlung zu den vorgeschriebenen Preisen im Hinblick auf die schwierige Lage des Zeitungsgewerbes für nötig erachtet.

Es wurde einstimmig beschlossen, „daß von Vereins wegen an die in Frage kommenden stellvertretenden Generalkommandos des 7., 8. und 21. Armeekorps eine Eingabe in diesem Sinne eingereicht werden solle, worin sich die Vorsitzenden der beiden Vereine zu einer weiteren mündlichen Begründung dieser Gesuche, wenn erforderlich, bereit erklären“[9]).

Auf einer am 30. Oktober 1915 in Bochum vom N.W.Z.V.V. abgehaltenen Versammlung stehen unter „Kriegsfragen“ folgende Einzelpunkte zur Beratung:

1. Papierfragen für 1916,
2. Bezug von Farbe und sonstigen Bedürfnissen,
3. Bezahlung der amtlichen Bekanntmachungen,
4. Betteln von Gratisreklamen,
5. Ausbildung von kriegsinvaliden Buchdruckern an der Setzmaschine und Anlernung von Hilfskräften an der Setzmaschine[10]).

Um eine rentable Fortführung der Zeitungsunternehmungen zu gewährleisten, wurde vom Verein darauf hingewirkt, zur Herabminderung der Produktionskosten den Gesamtumfang der Zeitungen zu beschränken. Um die Propagandaunkosten möglichst niedrig zu halten, wurde die von vielen Zeitungen ihren Abonnenten gewährte Unfallunterstützung herabgesetzt und keine Freiexemplare mehr zur Verteilung gebracht[11]).

Wichtige Beschlüsse wurden auf einer außerordentlichen Hauptversammlung am 13. 12. 1916 in Dortmund gefaßt, an der auch der Vertreter der Presseabteilung des stellvertretenden Generalkommandos des 7. Armeekorps in Münster teilnahm. Vom N.W.Z.V.V. wurde eine Beteiligung an der Papierholzstelle G.m.b.H. in Höhe von 26 000 Mk. gezeichnet und der Hoffnung Ausdruck gegeben,

[9]) Zeitungs-Verlag, Nr. 12 v. 19. 3. 1915, Spalte 251.

[10]) Zeitungs-Verlag, Nr. 42 v. 15. 10. 1915, Spalte 913.

[11]) Vgl. die Tagesordnung des N. W. Z. V. V. zur Hauptversammlung am 26. 7. 1916 (Zeitungs-Verlag Nr. 29 v. 21. 7. 1916, Sp. 757).

„daß es der Papierholzstelle und mit ihr der Kriegswirtschaftsstelle gelingen möge, den Preis für Zeitungsdruckpapier auf einen Betrag zu bringen, der von den Zeitungsverlegern bezahlt werden kann“[12]).

In dem Versammlungsbericht heißt es dann weiter:

„Nach einer Aussprache über die Pressebesprechung im Bereiche des stellvertr. General-Kommandos des 7. Armeekorps, welche am 9. Dezember in Dortmund stattgefunden hat und auf welcher die Beschäftigung weiblicher Arbeitskräfte in der Stereotypie und an den Setzmaschinen verhandelt wurde, wurde einstimmig folgender Beschluß gefaßt:

Die heute im „Fürstenhof“ zu Dortmund tagende Versammlung des N.W.Z.V.V. nahm mit Bedauern Kenntnis von Äußerungen, welche in der Pressekonferenz zu Dortmund vom 9. 12. des Jahres in Bezug auf den Buchdruckertarif und die Beschäftigung weiblicher Hilfskräfte in Zeitungsdruckereien gefallen sind.

Die Versammlung erklärt einstimmig — anwesend sind 44 Zeitungsverleger —, daß die Tarifverträge im Buchdruckgewerbe, so weit als möglich, aufrecht zu halten sind; sie erklärt ferner, daß besonders in der Stereotypie und beim Maschinensatz weibliche Hilfskräfte die bisherigen männlichen Facharbeiter nicht ersetzen können. Sie ersucht deshalb das Generalkommando des 7. Armeekorps, nach wie vor dem Zeitungsgewerbe bei der Reklamation männlicher Facharbeiter im Zeitungsgewerbe wie bisher so auch für die Folge die nötige Rücksicht zuteil werden zu lassen.“

Die Schwierigkeit, weibliche und ungelernte Arbeitskräfte an Setzmaschinen und in der Stereotypie auszubilden, wurde auch auf der Versammlung vom 3. 2. 1917 in Dortmund bei Anwesenheit von 45 Mitgliedern erwogen[13]). Die vom Tarifamt festgesetzten Lohnsätze für weibliche Arbeitskräfte wurden als zu hoch empfunden, weil die Vorbildungszeit dieser Kräfte im Vergleich zu der gewöhnlichen Ausbildungszeit von Setzern an Setzmaschinen eine verhältnismäßig geringe ist. Im Hinblick darauf, daß das Zeitungsgewerbe unter dem Mangel geschulter Arbeitskräfte stark litt, „empfiehlt die Versammlung daher unter Zubilligung einer ausreichenden Ausbildungszeit die Beschäftigung von Ersatzkräften in allen Betriebszweigen, verkennt aber nicht die Schwierigkeiten, welche durch die Einstellung von weiblichen Arbeitskräften für das regelmäßige, ungestörte Erscheinen der Tageszeitungen erwachsen“.

---

[12]) Zeitungs-Verlag Nr. 51 v. 22. 12. 1916, Sp. 1426.

[13]) Versammlungsprotokoll über die Versammlung des N. W. Z. V. V. am 3. 2. 1917 in Dortmund.

Durch mangelhafte Wagengestellung wurde anfangs des Jahres 1917 eine erhebliche Papiernot hervorgerufen, sodaß verschiedene Zeitungen vor dem Stilliegen standen. Um der Papiernot in den dringendsten Fällen abzuhelfen, wurde beim Vorsitzenden des Vereins in Bochum eine Zentrale geschaffen, die aushilfsweise wenige Rollen Zeitungsdruckpapier leihweise den bedrängten Verlagen überließ. Ferner wurden die zuständigen Abteilungen des Kriegsamtes und die beteiligten Generalkommandos, Eisenbahndirektionen usw. telegraphisch benachrichtigt, daß infolge Papiermangels ein größerer Teil der Tageszeitungen des Westens in nächster Zeit zum Erliegen kommen könnte. Da die Presse als Kriegsindustrie anerkannt sei, solle das Zeitungspapier, um der größten Not zu steuern, bevorzugt befördert werden[14]). Bei der Kriegsrohstoffabteilung in Berlin wurde, um die Papierbeschaffung zu erleichtern, durch telegraphisches Gesuch erwirkt, daß Zeitungspapier in Gruppe 4 der Dringlichkeitsliste vom 18. 1. 1917 aufgenommen wurde.

Gegen Ende des Jahres 1917 tauchte auch der Gedanke auf, aus Gründen der Rationalisierung und im Hinblick auf die Not des Zeitungsgewerbes Druckereibetriebe zusammenzulegen. Auf der Versammlung des N.W.Z.V.V. vom 15. 9. 1917 in Essen wurde die Möglichkeit einer derartigen Maßnahme eingehend besprochen. In dem Versammlungsbericht heißt es[15]):

„Nur im Bereich des X. Armeekorps ist, wie der Vorsitzende mitteilte, an die Druckereibetriebe eine Aufforderung ergangen, Vorschläge für eine Zusammenlegung zu machen. In Berlin wird nicht daran gedacht, diese Zusammenlegung vorzunehmen. Die Auffassung geht dort dahin, daß es wohl in einiger Zeit dazu kommen wird, eine Anzahl von Druckereibetrieben stillzulegen, und zwar vor allem wegen des Papiermangels. Die Zusammenlegung von Zeitungsbetrieben hält man dagegen für vollkommen ausgeschlossen. Vizekanzler Dr. Helfferich hat sich aufs entschiedenste in diesem Sinne ausgesprochen, wenn sich auch vielleicht eine technische gemeinsame Herstellung von Zeitungen denken lasse. Die Versammlung sprach sich auch gegen jede Möglichkeit einer solchen technischen Gemeinschaft aus, und der anwesende Vertreter des stellvertr. Generalkommandos des VII. Armeekorps in Münster, Dr. Castelle, teilte namens der Militärbehörde diese Auffassung. Eine Zusammenlegung, die eine sehr starke Beeinträchtigung der öffentlichen Meinung bedeute, werde nicht ins Auge gefaßt werden.

---

[14]) Zeitungs-Verlag Nr. 7 v. 16. 2. 1917, Sp. 166.

[15]) Versammlungs-Bericht über die Versammlung des N. W. Z. V. V. am 15. 9. 1917 in Essen. (Zeitungs-Verlag Nr. 39 v. 28. 9. 1917, Sp. 1015.)

Vielleicht lasse sich durch die Herstellung von gemeinsamen Matrizen für amtliche Auslassungen etwas sparen. Aus der Versammlung wurde auch diese Frage verneint."

Aus den vorausgegangenen Ausführungen mag hinreichend die Bedeutung und die Wirksamkeit des Vereins während des Weltkrieges erkannt werden. Abschließend sei noch hervorgehoben, daß während dieser Periode infolge eines größeren Nachrichtenhungers des Publikums die Zeitungen im allgemeinen eine Steigerung ihrer Auflage erfuhren. Neugründungen mußten natürlich unterbleiben.

3. Abschnitt

Der Verein in der Zeit von 1918 bis zur Stabilisierung

1. Nachkriegszeit und Inflation.

Nach der Revolution von 1918 erwachsen der Presse neue Aufgaben dadurch, daß sie als Trägerin der öffentlichen Meinung im nunmehr neu geschaffenen demokratischen Staat erheblich an Bedeutung gewinnt. Als Ausdrucksmittel der politischen Meinungen, um die zu dieser Zeit ein heftiger Kampf geführt wird, entstehen, von den führenden Parteien gegründet, eine Anzahl von Parteiorganen. Im Gebiete des N.W.Z.V.V. wurden in der Zeit von 1919 bis 1924 fünf sozialdemokratische Organe, sieben Zentrumsblätter und ein nationales Organ neu ins Leben gerufen.

Die General-Anzeiger-Presse verliert in dieser Zeit an Bedeutung und beginnt daher, sich politisch stärker zu betätigen, größtenteils auf mittelparteilicher Grundlage.

Die Gründung von Kopfblättern — das sind Zeitungen gleicher Tendenz und gleichen Inhalts, nur mit anderem lokalen Teil und anderem Kopf, im gleichen Betriebe hergestellt — ist in der Zeit nach dem Kriege ziemlich beträchtlich. Eine weitere Erscheinung dieser Zeit ist die Verschiebung der Besitzverhältnisse im Zeitungsgewerbe. Kleinere, durch die Inflation geschwächte Verlage werden von größeren Verlagen aufgekauft und mit ihnen verschmolzen. Eine noch stärkere Konzentrationserscheinung macht sich bei der katholischen Presse im Vereinsgebiet bemerkbar. Im Jahre 1922 wurde im Münsterland der sog. Zeitungsverleger-Verband Nordwestdeutschland (Zeno) gegründet. Der „Zeno" ist ein konzernartiger Zusammenschluß von Verlegern gleicher Parteirichtung

(Zentrum) zu dem Zweck, die Produktion eines Teiles der Zeitung gemeinsam vorzunehmen.

Was war die Ursache zu diesem Zusammenschluß? In der Not der Inflationszeit wurde die Lokalpresse von der kapitalkräftigeren Provinzpresse mehr denn je bedrängt. Die Provinzpresse war in ihrer redaktionellen Ausgestaltung weit überlegen, und da der einzelne Verlag zur Abwehr zu schwach war, tauchte der Gedanke auf, den außerlokalen redaktionellen Teil gemeinsam herzustellen, um konkurrenzfähig zu bleiben. Die im „Zeno" zusammengeschlossenen Zeitungen lassen also ihren redaktionellen Teil durch gemeinsame Redaktion herstellen und die Zeitungen gemeinsam drucken. Die lokalen Teile bleiben selbständig und werden von den einzelnen Verlagen redigiert, gesetzt und gematert, ebenso die lokalen Anzeigen. Der Vertrieb der Zeitungen wird von der Zentrale aus vorgenommen.

Zur weiteren Verminderung der Unkostenfaktoren wurde 1925 die redaktionelle Herstellung und der teilweise Druck durch den Verlag der „Tremonia", Dortmund übernommen.

Die Vorteile dieser Konzentration sind neben der wirtschaftlich wieder gewonnenen Widerstandskraft der kleinen Blätter und ihrer Konkurrenzfähigkeit die Möglichkeiten einer besonderen Pflege des lokalen und heimatlichen Teils. Es darf aber nicht vergessen werden, daß gegenüber diesen Vorteilen die geistige Selbständigkeit der Presse unter dieser Erscheinung leidet, und daß durch die Machtsteigerung einer einzigen Redaktion Gefahren entstehen können.

Diese Konzentrationserscheinung, geboren aus der Not der Inflationsjahre, ist nur ein Ausschnitt aus dem Kampf, den das Zeitungsgewerbe gegen die immer mehr wachsende Teuerungswelle und die wirtschaftliche Notlage führte. Der N.W.Z.V.V. als Interessengemeinschaft der in ihm zusammengeschlossenen Verlegerschaft bekennt sich zu der Überzeugung, „daß nur bewußte Kollegialität und zielsichere organisatorische Gemeinarbeit das Zeitungsgewerbe vor dem Untergang zu retten in der Lage ist"[16]). In zahlreichen, während dieser Zeit abgehaltenen Zusammenkünften und Besprechungen findet diese Erkenntnis ihren Niederschlag in richtungweisenden Beschlüssen und Ratschlägen. So stand die Vollversammlung vom 20. 12. 1919 in Essen in der Hauptsache unter dem Gesichtspunkt, Wege zu finden, die zu einem Ausgleich der Mehrausgaben führen könnten. Im Vordergrund stehen deshalb auch die

[16]) Aus dem Versammlungs-Bericht der Vollversammlung des N.W.Z.V.V. v. 20. 12. 1919 in Essen. (Zeitungs-Verlag Nr. 2 v. 9. 1. 1920, Sp. 73—74.)

Beschlußfassungen über Bezugs- und Anzeigenpreiserhöhungen, die ausführlich im Zusammenhang mit der Tätigkeit des Vereins auf dem Gebiete des Abonnements- und Anzeigenwesens im II. Teil dieser Arbeit behandelt werden[17]). Im übrigen wurden auf der genannten Versammlung folgende für die Zeit bedeutsame Punkte behandelt[18]):

„Der Antrag der Annoncen-Expeditionen auf Erhöhung der Provisionssätze wurde einstimmig abgelehnt, da die Steigerung der Bezüge der Annoncen-Expeditionen durch die Steigerung der Anzeigenpreise von selbst gegeben sei. Die Versammlung stellte sich auf den Standpunkt, daß die wirtschaftlichen Nöte, denen die Zeitungsverleger entgegensehen, sie dazu zwingen, zur Aufrechterhaltung ihrer Existenz Leistungen ohne Gegenleistungen in Zukunft in jeder Form zu versagen.

Unter diesem Gesichtspunkte wurde auch die Frage der Reklame für die Sparprämienanleihen, der Freiexemplare für Lesezimmer, der unentgeltlichen Kalenderbeilagen u. a. in ablehnendem Sinne behandelt.

Ebenfalls stellt sich die Versammlung auf den Standpunkt, daß die Anträge verschiedener Firmen, Anzeigenaufträge für 1920 im voraus zu bezahlen, abzulehnen seien. Der Grund für diese Bezahlungsart ist die Absicht, die Anzeigensteuer zu umgehen.

Bei der unabsehbaren Entwicklung unseres Wirtschaftslebens wurde den Zeitungsverlegern abgeraten, Jahresabschlüsse zu festen Sätzen zu tätigen.

Bezüglich der Auslandsanzeigen wurde den Mitgliedern geraten, das Fünffache des Inlandspreises in Ansatz zu bringen."

Neben der allgemeinen wirtschaftlichen Notlage der Inflationsjahre waren es auch die von den Arbeitnehmern des Zeitungsgewerbes hervorgerufenen Streiks, die eine geregelte Fortführung der Zeitungsunternehmungen gefährdeten. Die Streiks entstanden meist infolge Ablehnung außertariflicher Forderungen der Arbeiter und Gehilfen durch die Verlegerschaft. Ein aus diesen Motiven entstandener Streik im Februar 1920 im Gebiete des Vereins veranlaßte diesen zu einer Erklärung auf der am 16. 2. in Dortmund abgehaltenen Vollversammlung, zu der 70 Verleger erschienen waren. Die Erklärung hat folgenden Wortlaut[19]):

[17]) Vgl. u. II. Teil, 1. Kap., 1. Abschn. und 2. Kap., 3. Abschn.

[18]) Nach dem Wortlaut des Versammlungsberichtes.

[19]) Zeitungs-Verlag Nr. 10 v. 5. 3. 1920, Sp. 397—398.

„Die heutige sehr zahlreich besuchte Versammlung in Dortmund nahm mit Bedauern davon Kenntnis, daß heute die Buchdruckergehilfen in Essen, Gelsenkirchen, Bottrop, Wattenscheid usw. unter Tarifbruch in den Streik eingetreten sind. Wie bekannt, besteht in unserem Gewerbe seit Jahrzehnten eine Tarifgemeinschaft. Infolge der Beschlüsse des Tarifausschusses sind wiederholt die Löhne recht beträchtlich erhöht worden. Die neuen erheblichen Forderungen der Gehilfenschaft, die zu dem Streik den Anlaß geben, sind gestellt worden ohne Wissen des Tarifausschusses. Die anwesenden Zeitungsverleger erklären einstimmig, daß sie, wie bisher, streng auf dem Boden der Tarifgemeinschaft stehen und gegenüber den tarifwidrigen Forderungen der Gehilfenschaft es ablehnen, unter Streikdruck solche Forderungen zu bewilligen. Die Versammlung erklärt aber, daß sie die Beschlüsse des Tarifausschusses, der Ende Februar in Berlin zusammentritt und der vollständig paritätisch ist, anerkennen und sie befolgen wird. Die versammelten Zeitungsverleger verpflichten sich, in die bestreikten Gebiete keine Zeitungen zu liefern."

Auch in späterer Zeit beschäftigten wiederholte außertarifliche Forderungen der Gehilfenschaft den Verein, der nach wie vor streng auf dem Boden der Tarifgemeinschaft beharrt und die Forderungen abschlägig behandelt[20]).

Es würde im Rahmen dieser Arbeit zu weit führen, wollte man auf die vielgestaltigen Fragen eingehen, mit denen sich der Verein in der Inflationszeit zu befassen hatte. Besonders hervorgehoben sei noch, daß im Jahre 1923 der Arbeitgeberverband für das Deutsche Zeitungsgewerbe (Agez), Landesverband Niederrhein-Westfalen, zur Vertretung spezieller Arbeitgeberinteressen dem N.W.Z.V.V. angegliedert wurde[21]).

2. Die Zeit der Ruhrbesetzung.

Neben den wirtschaftlichen Krisen der Inflation brachte die Ruhrbesetzung durch die Feindbundmächte dem Zeitungsgewerbe schwere Erschütterungen. Nur durch die aufopfernde Haltung und das von einheitlichem Willen beseelte Vorgehen der im N.W.Z.V.V. zusammengeschlossenen Verleger, nur durch die straffe Organisation des Vereins und durch weitgehende Unterstützung der bedrängten Verlage war es möglich, die widerrechtlichen und bedrückenden

[20]) Vgl. Versammlungs-Bericht des N. W. Z. V. V. über die Vollversammlung am 16. 11. 20 in Bochum.

[21]) Näheres vgl. u. III. Teil, 3. Kap.

Maßnahmen der Besatzungsarmee gegen die Ruhrpresse zu ertragen und zu überdauern. Der Kampf der Presse gegen die Ruhrbesetzung wird ausführlich in dem vom N.W.Z.V.V. herausgegebenen Buch behandelt[22]). Während auf der einen Seite die deutsche Presse durch Flugblätter, Flugschriften und vor allem durch die periodische Presse die öffentliche Meinung der Welt beeinflußte, den Kampfwillen der beteiligten Nationen stärkte und schließlich das Ruhrvolk selbst bearbeitete, entstand auf der anderen Seite eine deutschsprachliche französische Presse, die es versuchte, einen Teil der Bevölkerung zu sich herüberzuziehen. (Ausspielen der Arbeiter gegen die Besitzenden, Großzüchtung des Separatismus.) Ferner suchten die französischen und belgischen Militärbehörden durch verschiedenartige Maßnahmen die Freiheit der Presse zu unterbinden. Sie arbeiteten mit Zwangsveröffentlichungen, die auf Befehl in bestimmten Zeitungen abgedruckt werden mußten[23]), aus den geringsten Anlässen erfolgten Verbote der Zeitungen (erstmalig 3 Tage bis 1 Woche, später 1 bis 3 Monate)[24]), mißliebige Organe wurden für kürzere oder längere Zeit durch französische Truppen besetzt und ihr Erscheinen verhindert[25]). Ferner gingen die Besatzungsbehörden dazu über, durch teilweise recht schwere Bestrafungen (Geldstrafen, Gefängnisstrafen) die leitenden Personen, Redakteure wie Verleger, gefügig zu machen[26]). Eine weitere beliebte Waffe waren die Ausweisungen, von denen in ausgiebigem Maße Gebrauch gemacht wurde[27]). Schließlich bediente sich die Besatzung zur Unterdrückung der freien Meinungsäußerung der Vorzensur in erheblichem Umfang. In diesem Zusammenhang sollen Angaben aus dem oben erwähnten Buch Berücksichtigung finden, die anschließend an eine Statistik über die im Vereinsgebiet während der Besatzung verhängten Strafen etc. gemacht werden[28]).

Es heißt dort, daß von den angeführten 66 Zeitungen, die es im besetzten Gebiet gab, sechs keine Angaben zu der Statistik machten. Von den restlichen 60 hatten keine Verbote 6 Zeitungen. Eine Zeitung von den angeführten und zwei weitere nicht angeführte gingen ein. Dann heißt es weiter: „Die restlichen 53 Zeitungen

---

[22]) Der Kampf der Presse gegen die Ruhrbesatzung. (Herausgegeben vom N. W. Z. V. V.) Bochum 1925.

[23]) Der Kampf der Presse . . . . . a. a. O. S. 13 ff.

[24]) Der Kampf der Presse . . . . . a. a. O. S. 16 ff.

[25]) Ebendort S. 19 ff.

[26]) Ebendort S. 21 ff.

[27]) Ebendort S. 25 ff.

[28]) Ebendort S. 46 ff.

erhielten insgesamt 201 Verbote von 4661 Tagen. Strafen wurden im ganzen 1905 Tage vollzogen. Verhängt wurden ganz erheblich höhere Strafen. 15 Verleger und 22 Redakteure wurden für längere oder kürzere Zeit ihrer Freiheit beraubt. 6 Verleger-Redakteure wurden ausgewiesen." — „Von den 53 Zeitungen, die überhaupt Verbote erhielten, waren

Liberal	National	Zentrum	Neutral	Soz.-Dem.
9	8	16	16	4
		Diese wurden verboten:		
31 mal	31 mal	83 mal	42 mal	14 mal
994 Tage	493 Tage	2017 Tage	741 Tage	416 Tage."

Das Buch fährt fort:

„Fassen wir die Ausführungen über die Pressefreiheit unter dem Regime des französischen Militärs zusammen, so ergibt sich, daß zur Unterdrückung der Pressefreiheit alle Maßnahmen, die nur irgendwie geeignet waren, angewandt wurden. Wenn es trotzdem nicht gelang, die deutsche Presse an Rhein und Ruhr mundtot zu machen, so ist das lediglich der großen Opferwilligkeit und der durch materielle Nachteile nicht zu erschütternden Vaterlandsliebe der deutschen Presse und ihrer Angehörigen in allen Parteilagern und in allen Teilen des besetzten Gebietes zu verdanken."

4. Abschnitt. Die Entwicklung des Vereins von 1925 bis Ende 1929

1. Mitgliederbewegung.

Die Mitgliederbewegung zeigt vor allem bei einem Vergleich der jeweiligen Mitgliederzahl überhaupt mit der Zahl der im Vereinsgebiet bestehenden Zeitungsverlage den Bedeutungsgrad dieses Zusamenschlusses im Zeitungsgewerbe. Es erhellt daraus die Tatsache, ob der Verein den größtmöglichen Prozentsatz aller Zeitungsverleger in seinen Bereich zu ziehen verstanden hat.

Zunächst ist eine nähere Bestimmung der Erhebungseinheit „Mitglied" notwendig. Nach der Satzung[29]) können Mitglieder des Vereins werden: Verleger, Herausgeber und handelsgerichtlich bevollmächtigte Leiter von im Vereinsgebiet erscheinenden Zeitungen und Zeitschriften mit Ausnahme von Fachblättern. Im Sinne dieser Abhandlung wurden also als Mitglieder gezählt Verleger,

[29]) Vgl. Satzung § 4 im Anhang.

Herausgeber und bevollmächtigte Leiter von Zeitungen und Zeitschriften, nicht aber die Zahl der Mitgliedszeitungen. Diese Feststellung erscheint deshalb als notwendig, weil in vielen Zeitungsverlagen zwei, drei und noch mehr Zeitungen herausgegeben werden, welche als Nebenausgaben und Kopfblätter bezeichnet werden. Von diesen Kopfblättern gibt es in Deutschland eine große Anzahl. Das Kopfblatt ist eine unselbständige Zeitung. Nicht unter den Begriff der Kopfblätter fallen jene unselbständigen Zeitungen, die infolge eines immer mehr um sich greifenden Konzentrations- und Rentabilitätsprozesses in einer gemeinsamen Druckzentrale hergestellt werden, oder die durch gemeinsamen Druckplatten- und Maternbezug verbunden sind. Da häufig schwer zu ermitteln ist, ob man eine selbständige oder unselbständige Zeitung vor sich hat, ergeben sich auch Schwierigkeiten und Ungenauigkeiten bei einer Zählung der selbständigen Stammzeitungen. Aus diesem Umstand entstehen auch oft die zahlenmäßigen Unterschiede bei Zeitungszählungen in einem bestimmten Gebiet und innerhalb eines bestimmten Zeitraumes, wenn sie von verschiedenen Personen vorgenommen werden.

Im Sinne dieser Abhandlung wurden also nicht die Mitgliedszeitungen, sondern die Verlage mit einer Stammzeitung gezählt. Leider kann eine ausführliche Darstellung der Mitgliederbewegung nicht gegeben werden, da vor allem aus der ersten Zeit des Bestehens des Vereins authentische Angaben nicht festzustellen waren.

Nach der Gründung des Vereins zählte er am 11. 11. 1911 63 Mitglieder[30]). Für die gleiche Zeit betrug die Zahl der selbständigen Zeitungen (also ohne Ableger) in Westfalen nach Sielemann 198[31]). Danach gehörten also im Gründungsjahr des N.W.Z.V.V. 31,8 Prozent aller Stammzeitungen dem Verein an. Es sei darauf hingewiesen, daß die Zahl Sielemanns für die Provinz Westfalen gilt, während das Vereinsgebiet auch noch einen kleinen Teil des rechtsrheinischen Gebietes der Rheinprovinz mit umfaßt, dagegen aber das Siegerland der Provinz Westfalen nicht zum Vereinsgebiet gehört. Hierdurch ist ein gewisser Ausgleich geschaffen, so daß die Vergleichszahl einen Anspruch auf Genauigkeit erheben kann.

Für die Zeit von 1911 bis 1924 liegen keine genauen Angaben über die Höhe der Mitgliederzahl vor, jedoch kann angenommen werden, daß sie in der Zeit mit geringen Schwankungen stets gewachsen ist.

---

[30]) Vgl. o. I. Teil. 2. Kap., 1. Abschn.

[31]) F. Sielemann, Konzentrationsbewegungen im Zeitungsgewerbe, Münster (Westf.) 1927. (Diss. Köln,) S. 95.

Erst für die Jahre 1924 bis 1929 ist es möglich, eine genaue Darstellung zu geben. Am 1. 4. 1924 betrug die Zahl der Mitglieder 115, das bedeutet eine Zunahme gegen den Stand von 1911 um 52 oder 82,5 Prozent. Die Zahl sämtlicher Stammzeitungen betrug nach Sielemann zu dieser Zeit 181, sie hatten sich also im Vergleich zum Stand von 1911 um 16 oder 8 Prozent verringert. Demnach gehörten 1924 von 181 Stammzeitungen 115 oder 63,6 Prozent dem N.W.Z.V.V. an. Der Prozentsatz der Mitgliedschaft im Verhältnis zu der Zahl der überhaupt bestehenden Stammzeitungen hat sich also von 1911 bis 1924 von 31,8 Prozent auf 63,6 Prozent oder um 31,8 Prozent erhöht. Für die Zeit von 1924 bis 1929 zeigt die Zahl der Mitglieder im einzelnen folgende Bewegung:

Tabelle II.

Mitgliederbewegung von 1924 bis 1929.

Stand vom	Zahl der Mitglieder	Abgang	Zugang
		im laufenden Jahre	
1. April 1924	115		
1. April 1925	117	6	8
1. April 1926	118	5	6
1. April 1927	117	4	3
1. April 1928	116	1	0
1. April 1929	121	1	6

Die Aufstellung zeigt, daß die Mitgliederzahl eine gewisse Stabilität aufweist und sich vor allem von 1925 bis 1928 mit nur geringen Schwankungen auf gleicher Höhe hält, um im Jahre 1929 121 zu erreichen. In diesem Jahre bestanden in Westfalen 188 Stammzeitungen[32]). Es gehörten demnach von 188 Zeitungen insgesamt 121 oder 64,3 Prozent dem N.W.Z.V.V. als Mitglieder an. Im Verhältnis zum Stand von 1924 ist dieser Prozentsatz um 0,7 Prozent größer. Auch diese Zahl zeigt also eine gewisse Stabilität.

Es erhebt sich noch die Frage, ob der N.W.Z.V.V. den größtmöglichen Teil der im Vereinsgebiet vorhandenen Stammzeitungen erfaßt hat. Die Frage muß bejaht werden. Im Jahre 1926 bestanden im Vereinsgebiet nach Sielemann[33]) 182 Stammzeitungen. Zum N.W.Z.V.V. gehörten davon 118 oder 63,8 Prozent. Bei den restlichen 66 Nichtmitgliedern konnten bei 59 Ermittlungen angestellt

[32]) Ermittelt nach dem Ala und Mosse Zeitungs-Katalog.

[33]) Vgl. auch das Buch von Sielemann a. a. O., I.—V. Hauptteil.

werden, die ergaben, daß dies fast durchweg kleine und kleinste Zeitungen mit geringer Auflagenhöhe sind, sodaß also im Verein alle mittleren, großen und größten Zeitungen zusammengeschlossen sind, die für das Vereinsgebiet und darüber hinaus von ausschlaggebender Bedeutung sind.

2. Untersuchung über die in den Mitgliedsverlagen erscheinende Anzahl von Zeitungen.

Diese Untersuchung beschäftigt sich damit, in wieviel von den dem Verein angeschlossenen Zeitungsverlagen eine, zwei oder mehr Zeitungen herausgegeben werden. Mit Rücksicht auf den Konzentrationsprozeß im Zeitungsgewerbe[34]) erscheint diese Frage von Bedeutung. Werden in einem Verlage mehrere Zeitungen hergestellt, so handelt es sich entweder um Kopfblätter oder sonstige Nebenausgaben der Stammzeitung, oder darum, daß mehrere Zeitungen eine gemeinsame Druckzentrale unterhalten, wobei die einzelnen Zeitungen jedoch an verschiedenen Orten redigiert werden können. Die Untersuchung gilt für das Jahr 1929, wofür sie dank einer durch die Geschäftsstelle des Vereins vorgenommenen Umfrage bei den Mitgliedern angestellt werden konnte. Von den 121 Mitgliedern im Jahre 1929 konnte bei 95 die Zahl der bei ihnen erscheinenden Zeitungen ermittelt werden.

Unter den 95 von insgesamt 121 ermittelten Verlagen befanden sich

Verlage, in denen erscheinen:

1	2	3	4	5	6	7	8 Zeitungen
66	13	6	3	4	1	0	2

Die größte Zahl nehmen die Verlage für sich in Anspruch, die nur eine Zeitung herausgeben. 13 Verlage, in denen 2 Zeitungen erscheinen, stehen an zweiter Stelle, im Abstand folgen dann die Verlage mit 3, 5, 4, 8 und 6 Zeitungen. Besonders beachtlich erscheint die Tatsache, daß in einem Verlag 6 Zeitungen hergestellt werden, und in 2 Verlagen sogar 8 Zeitungen.

3. Unternehmungsformen der Mitglieds-Verlage.

Es ist heute eine weit verbreitete Ansicht, daß die Unabhängigkeit der Presse immer mehr einer Abhängigkeit Platz gemacht habe, die dadurch hervorgerufen worden sei, daß irgendwelche Unternehmergruppen, Industriekonzerne oder deren Exponenten durch

[34]) Sielemann, a. a. O., S. 182.

Kapitalbeteiligung einen großen Teil der Presse kontrollierten. Diese Kontrolle sei nicht nur wirtschaftlicher Natur, sondern die durch die Kapitalbeteiligung am Zeitungsunternehmen erzeugte wirtschaftliche Abhängigkeit bewirke auch folgerichtig eine Einflußnahme auf den durch die Zeitung wiedergegebenen Ideen- und Ansichtenkreis, mag er nun auf politischem, wirtschaftlichem oder kulturellem Gebiete liegen. Diese Ansicht erscheint im Hinblick auf die gegenwärtige Verknappung des Kapitalmarktes und auf die gesamte wirtschaftliche Notlage zunächst einleuchtend und begründet zu sein. Daß es mit der Abhängigkeit der Presse aber noch nicht so weit gekommen ist, beweist eine Untersuchung, die Dr. Ippen im Gebiet des N.W.Z.V.V. angestellt hat[35]). Wenn sich die Untersuchung auch nur auf Niederrhein-Westfalen erstreckt, so darf aber nicht vergessen werden, daß gerade im rheinisch-westfälischen Industriegebiet die größtmögliche Wahrscheinlichkeit für eine derartige „Kontrolle" der Presse besteht. Der Untersuchung liegen die Ergebnisse von 86 Zeitungsverlagen zugrunde. Zunächst werden die Zeitungen aufgeführt, die im Familienbesitz sind. Hierunter sollen verstanden werden alle Einzelunternehmen sowie alle Personalgesellschaften, deren Gesellschafter ein und derselben oder zwei Familien angehören, ferner alle Kapitalgesellschaften, die nur der Form nach Gesellschaften sind, weil sich alle Anteile im Besitz der gleichen Familie befinden. An zweiter Stelle werden von den Zeitungen im Familienbesitz diejenigen noch einmal aufgeführt, die mehrere Generationen im Besitz derselben Familie sind. Es folgt eine Aufzählung der Komiteegründungen, das sind Zeitungen mit Gesellschaftsform, die zur Propagierung irgendeiner Idee gegründet wurden und nicht Erwerbszwecken dienen. Zum Schluß werden dann die eigentlichen Kapitalgesellschaften angeführt.

Von den 86 ermittelten Zeitungen sind:

	Im Familienbesitz	Davon mehrere Generation. in 1 Fam.	Komiteegründungen	Kapitalgesellschaften	Zusammen
in Zahlen	71	26	12	3	86
in %	82,5	30	14	3,5	100

Aus dieser Aufstellung geht eindeutig hervor, daß von einer „Abhängigkeit" der Presse schlecht die Rede sein kann, nachdem rund

[35]) Vgl. den Artikel von Dr. Ippen „Die Presse Niederrhein-Westfalens". (Mitteilungen des N. W. Z. V. V., Jahrg. 1926 Nr. 3).

83 Prozent aller Zeitungsunternehmungen im Familienbesitz und nur 3,5 Prozent reine Erwerbsgesellschaften sind. Ippen meint zum Schluß seiner Untersuchung, „daß die Unabhängigkeit der Presse nicht besser gewährleistet werden kann, als dadurch, daß eine Reihe von Familien mit einer gewissen Tradition, die selbst mit dem Wohl und Wehe ihrer Zeitungen verwachsen ist, die geistige Leitung dieser Blätter in Händen hat."

Anschließend sei noch eine Aufstellung von Sielemann[36]) wiedergegeben, der von 147 Zeitungen in Westfalen die handelsrechtliche Form der Unternehmungen festgestellt hat. Sielemann sagt auch, daß von den als Erwerbsgesellschaften gezählten Zeitungsverlagen noch sehr viele vorhanden wären, deren Geschäftsanteile sich ausschließlich in festem Familienbesitz befänden.

Der handelsrechtlichen Form nach sind von 147 Zeitungsverlagen:

	A. G.	G. m. b. H.	Komm.-Ges.	offene H.-G.	Einzelfirmen	Zusammen
Anzahl . . .	5	23	5	26	88	147
Anteil an der Gesamtzahl	3,4	15,7	3,4	17,7	59,8	100 %

4. Die politische Richtung der Mitglieds-Verlage.

Die Feststellungen über die parteipolitische Gliederung der Presse sind stets mit Schwierigkeiten verknüpft, weil man größtenteils auf die Angaben der Verlage selbst angewiesen ist, die häufig nur ungenaue Angaben machen, wenn sie nicht gar die Antwort ganz schuldig bleiben. So kommt es z. B., daß ein großer Teil der bürgerlichen, also politisch rechts orientierten Presse, unter der Rubrik „parteilos" erscheint. Die folgenden Darstellungen dürften insofern einen verhältnismäßig hohen Grad an Genauigkeit erreichen, als sie mit Hilfe von Aufzeichnungen aus der Geschäftsstelle des N.W.Z.V.V. erfolgt sind. Vom Verfasser wurde die politische Zugehörigkeit von Mitgliedsverlagen für die Jahre 1926 und 1929 ermittelt. Für 1926 war von 118 Mitgliedern bei 95, für 1929 von 121 Mitgliedern bei 97 die politische Richtung zu ermitteln.

[36]) Sielemann, a. a. O. S. 99.

Von 95 Zeitungen waren 1926 ihrer politischen Richtung nach:

Parteilos	National	Zentr.	D. V. P.	Mittelpartei	bürgerlich	liberal	S. P. D.
33	10	35	2	1	3	3	8

Im Jahre 1929 ergibt sich für 97 Zeitungen folgendes Bild:

Parteilos	National	Zentr.	D. V. P.	Mittelpartei	bürgerlich	liberal	S. P. D.
32	14	34	3	1	0	3	10

Bei Gegenüberstellung dieser Darstellung mit dem Ergebnis von 1926 zeigt sich, daß sich an der politischen Struktur der Presse im Vereinsgebiet wenig geändert hat. Zentrum und parteilose Blätter behaupten nach wie vor die ersten Stellen. Der Zuwachs bei den nationalen Zeitungen erklärt sich daraus, daß die für 1926 unter der Rubrik „bürgerlich" aufgeführten Blätter jetzt unter den nationalen zu suchen sind. Eine Zunahme erfuhren lediglich die sozialdemokratischen und volksparteilichen Zeitungen.

Interessant gestaltet sich auch eine Feststellung, welche die politische Zusammensetzung der Nichtmitgliedszeitungen im Vereinsgebiet erfaßt. Für 1926 konnte von 52 Nichtmitgliedsverlagen die politische Richtung festgestellt werden[37]). Von diesen Zeitungen waren:

Parteilos	National	Zentrum	D. V. P.	S. P. D.	K. P. D.	Demokr.
18	5	15	2	4	7	1

5. Erscheinungshäufigkeit der Mitgliedszeitungen.

Unter der Erscheinungshäufigkeit einer Zeitung versteht man die Zahl, welche angibt, wie oft eine Auflage dieser Zeitung innerhalb eines bestimmten Zeitraumes erscheint. Dieser Zeitraum erstreckt sich bei Angaben über die Erscheinungshäufigkeit fast regelmäßig auf die Dauer einer Woche. Dies gilt auch für die nachfolgenden Untersuchungen, die für die Jahre 1926 und 1929 angestellt wurden. Für beide Jahre lag jedesmal die Erscheinungshäufigkeit der Zei-

[37]) Ermittelt nach dem Ala-Zeitungskatalog und aus Aufzeichnungen aus der Geschäftsstelle des N. W. Z. V. V.

tungen in hundert Mitgliedsverlagen den Untersuchungen zugrunde[38]). Das Ergebnis ist folgendes:

Von hundert Zeitungen erschienen wöchentlich:

	3mal	6mal	7mal	11mal	12mal	13mal	18mal	Zus.
1926	3	62	29	2	3	0	1	100
1929	4	64	26	0	5	1	0	100

Am größten ist die Zahl derjenigen Zeitungen, die 6 mal wöchentlich erscheinen. Einen großen Prozentsatz (26 bis 29 Prozent) machen auch die Zeitungen aus, die siebenmal wöchentlich, also auch an den Sonntagen, erscheinen. Geringer sind die Zahlen der 11- bis 18mal erscheinenden Blätter, und ebenso weist die Rubrik der 3mal erscheinenden Zeitungen eine kleine Zahl auf, ein Zeichen für die Tatsache, daß es heute nur noch wenig Blätter gibt, die 1-, 2- oder 3mal in der Woche herausgegeben werden, und daß der bei weitem größte Teil aller Zeitungen heute ein tägliches Erscheinen aufzuweisen hat.

Zur Technik der Erscheinungsweise sei noch folgendes bemerkt: Die 11mal erscheinenden Zeitungen verteilen ihre Auflagen so, daß Montags nur eine herausgebracht wird, an den übrigen Werktagen 2 (Morgen- und Abendausgabe), Sonntags keine. Bei 12maligem Erscheinen kommt noch eine Sonntagsnummer hinzu und bei 13maliger Erscheinungsweise werden auch Montags 2 Auflagen gedruckt. Eine 18mal wöchentlich erscheinende Zeitung verteilt ihre einzelnen Auflagen wie folgt: Sonntags eine Ausgabe, Montags 2 (Mittag- und Abendausgabe), Dienstags bis Samstags je 3 Ausgaben (Morgen-, Mittag- und Abendausgabe).

Vergleicht man die Ergebnisse von 1929 mit denen von 1926, so sind im einzelnen folgende Feststellungen zu machen: Die 3mal erscheinenden Zeitungen erfahren bis 1929 einen Zuwachs von 1, der zweifellos aus der Rubrik „6mal" abgewandert ist. Von den 7mal erscheinenden Zeitungen sind wahrscheinlich 3 wieder zum 6maligen Erscheinen übergegangen. Die 11mal erscheinenden Blätter werden jetzt 12mal die Woche ausgegeben und die 18 mal erscheinende Zeitung 13mal.

Im allgemeinen bemerkt man nur geringfügige Verschiebungen, die durch einzelne Zeitungsunternehmungen hervorgerufen worden sind, die zum Teil aus Rentabilitätsgründen wieder zu geringerer Erscheinungsweise übergegangen sind, teils infolge gesteigerter

[38]) Vom Verfasser nach dem von der Geschäftstelle des N. W. Z. V. V. zur Verfügung gestellten Material ermittelt.

Rentabilität die Zahl ihrer Erscheinungshäufigkeit erhöhen konnten. Weiter beweisen die oben aufgestellten Zahlen, daß das 6malig wöchentliche Erscheinen für den Durchschnitt aller Zeitungsunternehmungen am verbreitetsten ist. Die höheren Zahlen der wöchentlichen Erscheinungsweise fallen fast alle den großen Zeitungen der Großstädte im Industriegebiet zu, bei denen durch den großen Umfang des Unternehmens überhaupt und durch die hohe Auflagenziffer die durch die 7- bis 18malige Erscheinungsweise entstehenden Mehrkosten nicht so verteuernd auf den Gesamtprozeß ihres Betriebes Einfluß nehmen können, wie dies bei einer kleineren Zeitung der Fall sein würde.

Vergleichsweise sei dieser Darstellung, die für Mitgliedsverlage des N.W.Z.V.V. gilt, eine Aufstellung angeschlossen, welche die wöchentliche Erscheinungsweise von 58 Nichtmitgliedszeitungen im Vereinsgebiet veranschaulicht.

Im Jahre 1926 erschienen von 58 Nichtmitgliedszeitungen wöchentlich:[39])

1mal	2mal	3mal	6mal	7mal	12mal	Zusammen
3	1	3	43	7	1	58

Auch hier sind die 6- bis 7mal erscheinenden Blätter am häufigsten vertreten, jedoch fällt auch die Zahl der 1- bis 3mal erscheinenden Zeitungen ins Auge, die unter den Mitgliedszeitungen nicht zu finden waren.

6. Auflage, Umfang und Papierverbrauch.

a) Die Auflagenhöhe.

Bei Behandlung der Frage über die Auflagenhöhe der Zeitungen ist zunächst einmal festzustellen, was unter Auflage überhaupt verstanden werden soll. Will man den Begriff der Auflage festlegen, so hat man zunächst bei den Tageszeitungen einen Anhaltspunkt an der Zahl der zahlenden Abonnenten und Abnehmer. Die Zahl der Abonnenten und der Abnehmer, d. s. solche Personen, welche die Zeitung im Einzelverkauf erwerben, ist den Verlagen stets ziemlich genau bekannt. Ueber diese Zahl hinaus werden aber noch regelmäßig Exemplare gedruckt, die als Beleg-, Archiv- und Reservenummern Verwendung finden. Als Auflageziffer erscheint daher die Zahl, welche die Menge der Abonnenten und die Beleg-, Archiv- und Reserveexemplare umfaßt. Nach Ansicht des N.W.Z.V.V.[40])

[39]) Ermittelt nach dem Ala-Zeitungskatalog und aus dem Material der Geschäftsstelle des N. W. Z. V. V. (besondere Bezeichnung des Materials: keine).

[40]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V., Jahrg. 1925, Nr. 8, S. 11.

wird dieser Zuschlag zu der Abonnentenzahl für den einzelnen Fall mit 10 bis 15 Prozent ausreichend zu bemessen sein. Beträgt also die Zahl der Abonnenten z. B. 15 000, so könnte als Auflage 16 500 Exemplare angegeben werden. Exemplare, die für Werbezwecke gedruckt werden, dürfen bei Angabe der Auflageziffer nicht mitgerechnet werden.

Bei der Ermittlung der Auflageziffern der einzelnen Zeitungen ist man fast ausschließlich auf die Angaben der Zeitungsverlage selbst angewiesen; Mitteilungen dieser Art durch objektive oder amtliche Stellen gibt es nur in beschränktem Umfang. Die Angaben in den Zeitungskatalogen sind meist unvollständig und teils auch unrichtig. So ergeben die ermittelten Werte nur zu oft ein unklares und unvollständiges Bild. Dies ist um so mehr zu bedauern, als gerade die Auflage einer Zeitung Zeugnis ablegt von ihrer Verbreitung und damit ihrer Bedeutung.

Um einen genauen Ueberblick über die Auflagenhöhe der Zeitungen zu gewinnen, ist häufig in letzter Zeit von seiten der Interessenverbände unter Hinweis auf amerikanische Verhältnisse darauf gedrängt worden, daß die Zeitungen zur Veröffentlichung ihrer Auflagenziffern verpflichtet werden müßten. Der N.W.Z.V.V. steht dagegen auf dem Standpunkt, daß eine derartige Maßnahme nicht notwendig erscheine, und daß die bestehenden gesetzlichen Bestimmungen genügen würden, um etwa vorhandene Mißstände zu beseitigen.[41])

Durch sorgfältige und umfangreiche Nachforschung auf diesem Gebiet durch die Geschäftsstelle des Vereins sowie durch eigene Feststellungen ist es möglich, ein ziemlich genaues Bild über die verschiedene Auflagenhöhe der Mitgliedszeitungen zu geben. Allerdings sind kleine Ungenauigkeiten auch hier unvermeidbar, da einzelne Auflagenhöhen geschätzt oder korrigiert werden mußten.

Nach eigenen Ermittlungen konnte von 118 Mitgliedsverlagen im Jahre 1926 die Auflagenhöhe von 70 in diesen Verlagen erscheinenden Zeitungen festgestellt werden.

Von diesen 70 Zeitungen hatten eine Auflage:

bis 1000 Stück	bis 2000 Stück	bis 3000 Stück	bis 5000 Stück	bis 10000 Stück	bis 15000 Stück	bis 20000 Stück	bis 30000 Stück	bis 50000 Stück	bis 100000 Stück	über 100000 Stück
2	0	8	8	25	4	8	6	7	1	1

41) Vgl. U. W. G. §§ 3 und 4.

Diese Uebersicht ergibt, daß die Zeitungen mittlerer Größe, deren Auflage man von 5 bis 20 000 rechnen kann, mit 37 oder 53 Prozent aller ermittelten Zeitungen bei weitem überwiegen. Die kleinen Zeitungen von 1000 bis 5000 Stück Auflage machen 25,6 Prozent aller ermittelten Zeitungen aus, die großen und größten Zeitungen den immerhin noch beachtlichen Prozentsatz von 21,4 Prozent. Daß fast alle großen und bedeutenden Tageszeitungen dem N.W.Z.V.V. angeschlossen sind, geht auch aus einer Untersuchung hervor, die vom Verfasser für 34 Nichtmitgliedszeitungen des Vereinsgebietes über die Höhe ihrer Auflagenziffer angestellt wurde. Die Untersuchung ergab, daß von den 34 Nichtmitgliedszeitungen eine Auflage hatten:

Weniger als 1000	1000	bis 2000	bis 3000	bis 5000	bis 10000	bis 15000	bis 20000	über 20000
1	1	8	7	8	5	2	1	1

Man erkennt hieraus deutlich, daß die kleinen Zeitungen bei den Nichtmitgliedern bei weitem überwiegen (25 von 34), während die mittleren und großen Blätter nur geringe Zahlen aufzuweisen haben.

Die Gesamtauflagenhöhe der der obigen Übersicht zugrunde liegenden 70 Mitgliedszeitungen beträgt 1 056 015 Exemplare. Die höchste Auflageziffer erreicht eine Zeitung des rheinisch-westfälischen Industriebezirks mit 142 000 Stück, die niedrigste Auflage war bei zwei Zeitungen mit 1000 Stück angegeben. Dr. Ippen[42]) gibt in seinem Aufsatz die Gesamtauflage der Zeitungen im Vereinsgebiet mit 1 585 000 Stück an, wobei sämtliche in den Mitgliedsverlagen erscheinenden Stammzeitungen, Nebenausgaben und Kopfblätter mitgezählt wurden, ebenso alle Nichtmitgliedszeitungen des Gebietes[43]). Diese Zahl gewinnt insofern an Bedeutung, als sie, verglichen mit der Bevölkerungszahl des Gebietes, erkennen läßt, auf wieviel Menschen durchschnittlich eine Zeitung entfällt. Die Bevölkerung desselben Gebietes betrug nach der letzten amtlichen Zählung von 1925 rund 6 062 000 Einwohner[44]). Danach entfiel eine Zeitung auf je 3,8 oder rund 4 Einwohner.

[42]) Ippen, a. a. O. S. 17.

[43]) Wie Ippen angibt, konnten 19 Zeitungen nicht berücksichtigt werden, weil über sie keine Angaben zu erlangen waren. Die oben angegebene Auflageziffer gilt für insgesamt 271 Zeitungen des Vereinsgebietes.

[44]) Nach dem Statistischen Jahrbuch für das Deutsche Reich, Berlin 1928, betrug die Wohnbevölkerung in Westfalen am 16. 6. 1925 4 811 219. Um die Bevölkerungszahl des Vereinsgebietes zu ermitteln, ist davon abzuziehen die Einwohnerzahl des Siegerlandes, das nicht zum Vereinsgebiet

Dieses Resultat erscheint nach den allgemeinen Erfahrungen als etwas zu hoch, denn man rechnet durchschnittlich auf etwa 5 bis 6 Einwohner ein Zeitungsexemplar[45]). Der Grund dafür ist darin zu suchen, daß in einzelnen Teilen des Vereinsgebietes, wie z. B. im Industriegebiet, die Dichtigkeit der Bevölkerung sowohl als auch der Zeitungen sehr groß ist, sodaß auf eine verhältnismäßig kleine Zahl von Einwohnern eine Zeitung entfällt. Dagegen stehen in dünn besiedelten oder ärmeren Gegenden (Münsterland, Sauerland) Bevölkerungszahl und Auflagenhöhe in einem solchen Verhältnis, daß eine Zeitung auf eine größere Zahl von Personen kommt. Deutlich wird diese Erscheinung durch eine Untersuchung, die Dr. Ippen[46]) in seinem Aufsatz über die einzelnen Bezirke des gesamten Vereinsgebietes angestellt hat. Es ergibt sich folgendes:

	Bezirk			
	Münster	Minden	Niederrhein	Südwestfalen (inkl. Industriegebiet)
E. W. Zahl abgerundet . .	1 280 000	817 000	1 441 000	2 524 000
Auflagenhöhe der Zeitungen	248 000	172 000	426 000	638 000
1 Zeitung entfällt auf . . E. W.	5	4,8	3,5	4

Wenn man in Erwägung zieht, daß der Bezirk Münster fast ausschließlich landwirtschaftlichen Charakter trägt und ebenso auch der Bezirk Minden mit Ausnahme einiger größerer Städte, die industriell eingestellt sind (Minden, Bielefeld), und wenn man ferner berücksichtigt, daß in den Bezirken Niederrhein und Südwestfalen die Industrie vorherrschend ist, so kann man zu der Behauptung kommen, daß mit zunehmender Bevölkerungsdichte und Industrialisierung die Zeitungsdichtigkeit auch zunimmt.

Abschließend sei noch an zwei Beispielen gezeigt, daß die Auflagenstatistik einer Zeitung ein getreues Abbild ihrer Entwicklung zu

gehört (rund 190 000) und dazu zu addieren die Bevölkerungszahl für den rechtsrheinischen Teil des Regierungsbezirks Düsseldorf (rund 1 442 000), so daß sich für das Vereinsgebiet eine E.-W.-Zahl von rund 6 062 000 ergibt. Die E.-W.-Zahlen für das Siegerland und den rechtsrheinischen Teil des Regierungsbezirks Düsseldorf wurden von der Geschäftsstelle des N. W. Z. V. V. zu statistischen Zwecken anläßlich der Beteiligung des Vereins an der Internationalen Presse-Ausstellung (Pressa), Köln 1928, mit annähernder Genauigkeit festgestellt. Spezifizierte Angaben über die Höhe der Einwohnerzahl dieser willkürlich abgegrenzten Gebietsteile der Provinzen Rheinland und Westfalen finden sich im Statistischen Jahrbuch für das Deutsche Reich nicht.

[45]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 10. 5. 1926, S. 17.

[46]) Ippen, a. a. O. S. 17.

geben vermag. Bei einer Bielefelder Zeitung war die Entwicklung folgende[47]):

1879	2 900	Stück	Auflage
1881	3 500	„	„
1885	4 850	„	„
1890	6 900	„	„
1892	8 400	„	„
1896	10 500	„	„
1898	12 500	„	„
1900	15 000	„	„
1905	18 600	„	„
1910	19 000	„	„
1911	20 000	„	„

Eine Zeitung in Hagen hatte im Laufe der Zeit folgende Auflagensteigerung aufzuweisen[48]):

1863	3 000	Stück	Auflage
1876	4 500	„	„
1885	8 000	„	„
1900	11 000	„	„
1911	16 800	„	„
1914	21 000	„	„
1918	24 000	„	„
1924	30 000	„	„

b) Der Umfang der Zeitungen und das Verhältnis von Anzeigen- und Textteil als Rentabilitätsfaktor.

Der Umfang einer Zeitung wird ausgedrückt durch ihre Seitenzahl. Will man hierüber Vergleiche anstellen, so erscheint eine Gegenüberstellung des monatlichen Gesamtumfanges am zweckmäßigsten. Von 75 Mitgliedszeitungen hatten im Jahre 1926 einen monatlichen Umfang[49])

bis 100	bis 150	bis 200	bis 250	bis 300	bis 350	über 350 Seiten
4	6	14	20	13	14	4

Die meisten Zeitungen haben einen monatlichen Umfang bis 250 Seiten, was bei 6 mal wöchentlichem Erscheinen einer täglichen Nummer von etwa 10 Seiten entspricht. Die größte aller dieser

[47]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 10. 5. 1926, S. 16.
[48]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 10. 5. 1926, S. 16.
[49]) Ippen, a. a. O. S. 18.

Untersuchung zugrunde gelegten Zeitungen hatte einen monatlichen Umfang von 479 Seiten, die kleinste von 60 Seiten. Eine verhältnismäßig hohe Zahl erreichen auch die Zeitungen mit einem Umfang bis 350 Seiten (täglich rund 14 Seiten bei 6 mal wöchentlichem Erscheinen). Angaben über den Umfang aus früheren und späteren Jahren liegen nicht vor, sodaß nicht gezeigt werden kann, wie bei dem größten Teil der Zeitungen allmählich eine Steigerung oder Minderung der Seitenzahl stattgefunden hat.

Mit einer Steigerung des Umfanges einer Zeitung steigen natürlich auch die Unkosten, da die Erhöhung der Seitenzahl einen größeren Papierverbrauch und Mehraufwendungen für redaktionelle Arbeit und redaktionelles Material erfordert. Die Zeitung wird nun natürlich versuchen, die erhöhten Unkosten ganz oder teilweise durch erhöhte Einnahmen zu decken. Dies kann dadurch geschehen, daß der Steigerung des Gesamtumfanges der Zeitung eine Steigerung des Inseratenteils parallel läuft. Es ist daher von Wichtigkeit, wieviel Seiten Inserate eine Zeitung monatlich aufzuweisen hat und ob eine Steigerung des Gesamtumfanges auf Kosten des Inseraten- oder des Textteils geht. Inseraten- und Textteil müssen daher in einem bestimmten, für die Rentabilität der Zeitung gesunden Verhältnis stehen. Eine weitere Rolle spielen natürlich hierbei auch die Auflagenhöhe und der Anzeigenpreis, der für gewöhnlich mit steigender Auflage zunimmt, da der Insertionswert einer Zeitung mit einer großen Auflage und damit großer Verbreitung höher ist als bei einer kleinen Zeitung.

An Hand von Beispielen soll gezeigt werden, wie wichtig das richtige Verhältnis von Anzeigen- und Textteil ist. Eine Zeitung hat einen monatlichen Umfang von 228 Seiten, davon 10 Seiten Inserate, die Millimeterzeile kostet 2,6 Pfennig und die Auflage beträgt 2 300. Diese Zeitung arbeitet offenbar unter ungünstigen Verhältnissen. Das Verhältnis von Anzeigen und Text beträgt 1:21. Die großen Aufwendungen für den Textteil stehen ferner in keinem Verhältnis zu der geringen Auflagenziffer. Wahrscheinlich ist die Zeitung aus Konkurrenzgründen zu diesen Aufwendungen gezwungen, und durch ihre Kleinheit ist sie nicht imstande, ihre Einnahmenseite durch Steigerung des Inseratenumfanges zu erhöhen. Wesentlich günstiger arbeitet eine Zeitung mit ebenfalls geringer Auflage aber einem kleineren Umfang und besserem Verhältnis von Anzeigen und Text. Der monatliche Umfang beträgt 60 Seiten, davon Inserate 28 Seiten (Verhältnis 1:2), mm-Zeilenpreis 6 Pfennig und 3 400 Auflage. Eine ähnliche Verhältniszahl (1:1) hat eine große Zeitung mit hoher Auflage aufzuweisen. Sie hat 370 Seiten Umfang, 176 Seiten Anzeigen und einen mm-Zeilenpreis von netto 6,4 Pfennig.

c) Der Papierverbrauch und das Papier als wichtiges Kostenelement im Zeitungsunternehmen.

Durch die Papiermenge, welche eine Zeitung innerhalb eines bestimmten Zeitraumes verbraucht, wird ihre Größe und Bedeutung noch deutlicher veranschaulicht, als dies bei einer bloßen Betrachtung ihrer Auflage oder ihres Umfanges der Fall wäre, weil durch den Papierverbrauch gleichzeitig sowohl die Auflagenhöhe als auch der Umfang der Zeitung zum Ausdruck gebracht wird. Vergleicht man die für einen bestimmten Zeitabschnitt ermittelte Papiermenge mit denen aus früher oder später gelegenen gleich großen Zeiträumen, so gewinnt man aus dieser vergleichenden Anschauung einen Überblick über die Entwicklung, welche die Zeitung im Laufe der Zeit genommen hat.

Im folgenden wird auf Grund eigener Ermittlungen der Papierverbrauch sämtlicher im N.W.Z.V.V. zusammengeschlossenen Zeitungen summarisch für die Geschäftsjahre 1925/26 bis 1929/30 dargestellt. Da in dieser Zeit die Mitgliederzahl nur zwischen 115 und 121 schwankt, können die Zahlen unbedenklich zu Vergleichszwecken herangezogen werden.

Es wurden verbraucht von allen dem Verein angeschlossenen Verlagen in folgenden Jahren an kg Papier:

1925/26	25 563 420 kg
1926/27	26 827 870 kg
1927/28	28 461 690 kg
1928/29	30 470 995 kg
1929/30	33 496 689 kg

Für die Zeit von 1925 bis 1930 ist also ein stetiges Anwachsen des Papierverbrauchs festzustellen. In der gesamten Zeit nahm der Verbrauch um insgesamt 7 933 269 kg oder um 31,1 Prozent zu. Für die einzelnen Jahre ergaben sich folgende Zunahmen:

Zeit	Zunahme insges. in kg	Zunahme in %
1925/26—1926/27	1 264 450	5
1926/27—1927/28	1 633 820	6
1927/28—1928/29	2 009 305	7
1928/29—1929/30	3 025 694	10

Der Papierverbrauch steigt also jährlich um 5 bis 10 Prozent.

Die jährlich verbrauchte Papiermenge schwankt natürlich bei den einzelnen Zeitungen je nach ihrer Größe um ganz erhebliche Zahlen. So betrug für 1926 der größte gemessene Papierverbrauch einer

Zeitung 4 278 000 kg, dagegen der kleinste nur 4000 kg. Noch deutlicher wird der Unterschied im Papierverbrauch bei den einzelnen Zeitungen in der folgenden Zusammenstellung, wo für das Geschäftsjahr 1929/30 für 96 Mitglieder des Vereins der Konsum an Druckpapier festgestellt wurde.

Wie der Verfasser feststellen konnte, verbrauchten von 96 Zeitungen im Geschäftsjahr 1929/30 an Papier:

bis	5 000	kg	0
„	10 000	„	8
„	20 000	„	13
„	50 000	„	12
„	100 000	„	18
„	200 000	„	15
„	500 000	„	17
„	1 000 000	„	6
über	1 000 000	„	7

Die größte Zahl erreichen die Zeitungen mit einem jährlichen Papierverbrauch bis 100 000 kg. Fast ebensoviel Zeitungen gibt es, die bis zu 500 000 kg Papier jährlich benötigen. In geringem Abstand folgen die Kategorien 200 000, 20 000, 50 000 kg. Die kleinste Zahl haben die Zeitungen mit einem jährlichen Verbrauch bis zu 1 000 000 kg aufzuweisen.

Den kleinsten Konsum an Druckpapier hatte nach eigenen Ermittlungen eine Zeitung mit 6 000 kg, den größten eine Zeitung im Industriegebiet mit 8 750 671 kg, also fast ein Viertel des Gesamtpapierverbrauchs sämtlicher Zeitungen des Vereins. Die 7 größten Zeitungen, die eine jährliche Papiermenge von über 1 000 000 kg konsumieren, haben zusammen einen Verbrauch von 17 313 715 kg. Diese große Menge entspricht allein einem Prozentsatz von 51,7 Prozent der von allen Zeitungen verbrauchten Papiermasse, sodaß also 7 Großzeitungen über die Hälfte alles verbrauchten Druckpapieres für sich benötigen.

Neben der Bedeutung, die das Druckpapier als Maßstab für Umfang und Verbreitung einer Zeitung hat, spielt es auch noch eine bedeutende Rolle als Produktionsfaktor im Zeitungsgewerbe. Indem die Ausgaben für Papier einen hohen prozentualen Anteil an den Gesamtausgaben nehmen, wird das Papier ein einflußreiches Kostenelement im Zeitungsunternehmen. Dierichs[50]) schreibt folgendes hierüber: „Die Steigerung des Kostenaufwands für Papier entspricht prozentual naturgemäß genau derjenigen der Auflage und nimmt

[50]) Dierichs, a.a.O. S. 78.

anteilmäßig an den Gesamtunkosten sehr schnell zu. Andere Literaturangaben[51]) aus der Zeit zwischen 1900 und 1914 weisen als Anteil der Papierbelastung an den Gesamtkosten auf:

bei Zeitungen	mit	einer	Auflage	bis	. . . . .	3 000	Stück	10—16	%
„	„	„	„	von	. . . . .	5—10 000	„	12—22	%
„	„	„	„	„	. . . . .	10—15 000	„	13—27	%
„	„	„	„	„	. . . . .	15—30 000	„	20—38	%
„	„	„	„	„	. . . . .	30—50 000	„	30—40	%
„	„	„	„	„	. . . . .	50—100 000	„	24—33	%
„	„	„	„	von über	. . .	100 000	„	34—48	%

Da bei diesen verschiedenen zeitlichen Berechnungen weder die Erscheinungshäufigkeit noch der Umfang an Text und Anzeigen, noch irgendwelche anderen Kostenfaktoren außer der Auflagenhöhe berücksichtigt wurden, ist es natürlich, daß der Anteil der Papierkosten in den verschiedenen Größenkategorien sehr schwankt. Dennoch weisen die Ergebnisse die eindeutige Tendenz auf, daß mit steigender Auflage der Papierkostenfaktor anteilmäßig wächst. Insgesamt bewegen sich die Ausgaben für Papier zwischen 10 und 50 Prozent der Gesamtkosten. Unter 10 Prozent dürfen sie nie heruntergehen, sodaß die Papierkosten in jedem Fall ein bedeutendes Kostenelement sind."

7. Die Bezugspreise der Mitgliedszeitungen.

a) Die Bezugspreise im allgemeinen.

Unter Bezugspreis soll hier verstanden werden der Preis für das monatliche Abonnement der Zeitung, nicht der Einzelverkaufspreis einer Zeitung, dem ja in Deutschland bei dem weitaus überwiegenden Bezug der Zeitung durch Abonnement nur untergeordnete Bedeutung zukommt[52]). Es wurden vom Verfasser Erhebungen für 1926 und 1929 angestellt, und zwar bei 100 bzw. 95 Zeitungen, die Mitglieder des Vereins sind.

Der monatliche Bezugspreis bewegt sich in einer Spanne von 0,60 bis 4,50 Mk. für beide Jahre.

---

[51]) Vgl. u. a. A. Hoppe, Zur Geschichte und Beurteilung der Papierzölle im Zolltarif von 1902. Stuttgart 1914 (Diss. München), S. 53 ff. W. Schneider, Die Faktoren der Rentabilität einer Zeitung. Leipzig 1924 (Diss. Würzburg), S. 15. O. Groth Die politische Presse Württembergs. Tübingen 1915 (Diss.), S. 170.

[52]) Näheres über die Einzelverkaufspreise der Zeitungen bei Dierichs, a. a. O. S. 50.

Von den 100 bzw. 95 Zeitungen der der eigenen Untersuchung zugrunde liegenden Zeitungen waren im einzelnen folgende Bezugspreise festzustellen. Von den Zeitungen kosteten:

Monatlich RM.	Im Jahre 1926	Im Jahre 1929
bis 0,50	0	0
„ 0,75	1	2
„ 1,00	1	2
„ 1,50	7	6
„ 2,00	51	20
„ 2,50	32	51
„ 3,00	6	11
„ 3,50	0	2
„ 4,00	1	0
„ 4,50	1	1
Zusammen	100	95

Die Bezugspreise gravitieren für beide Jahre in einer Spanne von 1,50 Mk. aufwärts bis 3,— Mk. einschließlich. Im Jahre 1926 haben die meisten Zeitungen einen Bezugspreis, der zwischen 1,50 und 2,00 Mk. liegt. Für das Jahr 1929 ist insofern eine Verschiebung festzustellen, als jetzt die Mehrzahl der Zeitungen einen Preis erreicht hat, der zwischen 2,00 und 2,50 Mk. liegt. Der Grund für diese allgemeine Verteuerung der Zeitungen kann einmal darin liegen, daß durch eine Steigerung der Produktionskosten (erhöhter Preis für Druckpapier, erhöhte Arbeitslöhne etc.) der Preis des Produktes „Zeitung" ebenfalls in die Höhe gegangen ist. Zum anderen kann der Grund auch darin zu suchen sein, daß die straffe Organisation des N.W.Z.V.V. eine Situation auf dem Zeitungsmarkt geschaffen hat, die es den Zeitungsverlagen gestattet, höhere Preise zu fordern, weil durch ihren gemeinsamen Zusammenschluß der Konkurrenzkampf so gedrosselt worden ist, daß ein gegenseitiges Unterbieten nicht notwendig erscheint.

Die allgemeine Steigerung des Zeitungsbezugspreises geht auch aus dem Durchschnittspreis hervor, der für alle der Untersuchung zugrunde gelegten Zeitungen ermittelt wurde.

Der Durchschnittspreis betrug für 1926 2,13 Mk. und für 1929 2,31 Mk. Die durchschnittliche Preiserhöhung beträgt also 8 Pfg. oder 3,75 Prozent.

b) Die Bezugspreise im Hinblick auf die Erscheinungshäufigkeit der Zeitungen[53]).

Im folgenden soll die Höhe der Bezugspreise in Bezug auf die Erscheinungsweise der Zeitungen untersucht werden. Von allen Zeitungen erschienen wöchentlich:

	1—3 mal	6 mal	7 mal	8—18 mal	zusammen
1926	3	63	25	9	100
1929	6	59	25	5	95

Von den 1 bis 3 mal wöchentlich erscheinenden Zeitungen kosteten monatlich:

	1926	1929
bis 0,75 Mk.	1	2
„ 1,00 „	1	2
„ 1,25 „	1	1
„ 1,50 „	0	1
Zusammen	3	6

Von den 6 mal wöchentlich erscheinenden Zeitungen kosteten monatlich:

	1926	1929
bis 1,00 Mk.	1	0
„ 1,50 „	5	4
„ 2,00 „	37	16
„ 2,50 „	20	33
„ 3,00 „	0	6
Zusammen	63	59

Von den 7 mal wöchentlich erscheinenden Zeitungen kosteten monatlich:

	1926	1929
bis 2,00 Mk.	11	4
„ 2,50 „	11	17
„ 3,00 „	3	3
„ 3,50 „	0	1
Zusammen	25	25

[53]) Alle in diesem Abschnitt niedergelegten Ergebnisse wurden auf Grund des von der Geschäftsstelle des N. W. Z. V. V. zur Verfügung gestellten Materials vom Verfasser selbst ermittelt.

Von den 8 bis 18 mal wöchentlich erscheinenden Zeitungen kosteten monatlich:

	1926	1929
bis 2,00 Mk.	3	0
„ 2,50 „	1	1
„ 3,00 „	3	2
„ 4,00 „	1	1
„ 4,50 „	1	1
Zusammen	9	5

Daß eine allgemeine Erhöhung der Bezugspreise in dem behandelten Zeitraum vor sich gegangen ist, erhellt auch aus einer Gegenüberstellung der Durchschnittspreise im Hinblick auf die Erscheinungshäufigkeit der Zeitungen.

Es kosteten durchschnittlich die Zeitungen bei wöchentlichem Erscheinen:

	1 bis 3 mal	6 mal	7 mal	8 bis 18 mal
1926	0,98	2,04	2,27	2,77 Mk.
1929	0,94	2,21	2,37	3,16 „
Preiserhöhung durchschnittlich	— 0,04	+ 0,17	+ 0,10	+ 0,39 Mk.

Bei allen Zeitungen, mit Ausnahme derjenigen, die wöchentlich nur 1 bis 3 mal erscheinen und die auch ihrer geringen Anzahl wegen nicht mit ins Gewicht fallen, ist eine Erhöhung des monatlichen Bezugspreises innerhalb der betreffenden Zeit um 10 bis 39 Pfennig durchschnittlich zu verzeichnen.

Ferner geht noch aus der obigen sowie auch aus den vorhergehenden Feststellungen über die Bezugspreise deutlich hervor, daß die monatlichen Bezugspreise der Zeitungen und damit auch ihre Durchschnittspreise mit der Zunahme der Erscheinungshäufigkeit eine steigende Tendenz aufzuweisen haben.

c) Vergleich zwischen den Bezugspreisen der Mitglieder und der Nichtmitglieder.

Über die monatlichen Bezugspreise der Nichtmitgliedszeitungen im Vereinsgebiet konnten für das Jahr 1926 bei 56 Zeitungen vom Verfasser Feststellungen getroffen werden.

Von diesen Zeitungen kosteten monatlich:

bis	0,50	Mk.	4
„	1,00	„	4
„	1,50	„	7
„	1,80	„	10
„	2,00	„	26
„	2,50	„	3
„	3,00	„	1
„	4,00	„	1
Zusammen			56

Vergleicht man diese Darstellung mit derjenigen über die Mitgliedszeitungen, so erkennt man, daß bei den meisten Nichtmitgliedern die Bezugspreise sich zwischen 1,00 und 2,00 Mk. bewegen, während die Preise bei den Mitgliedern hauptsächlich in der Spanne von 1,50 bis 3,00 Mk., also wesentlich höher liegen[54]). Diese Tatsache ergibt sich auch aus einem Vergleich des Durchschnittspreises, der bei Mitgliedszeitungen 2,13 Mk.[55]) und bei Nichtmitgliedszeitungen 1,74 Mk. ergibt. Der Durchschnittspreis der Nichtmitgliedszeitungen liegt also um 0,39 Mk. oder um 1,83 Prozent tiefer.

Zu ähnlichen Ergebnissen gelangt man auch, wenn man die Durchschnittspreise der Mitglieder in bezug auf ihre Erscheinungshäufigkeit mit denjenigen der Nichtmitglieder einem Vergleiche unterzieht.

Es kosteten durchschnittlich monatlich :

Zeitungen mit ... mal wöchentlich. Erschein.	bei Mitgliedern	bei Nichtmitgliedern	Preisdifferenzen in %	Preisdifferenzen in Mark
1—3 mal	0,98 Mark	0,71 Mark	27,55	0,27
6 mal	2,04 „	1,88 „	7,84	0,16
7 mal	2,27 „	2,05 „	9,7	0,22
über 7 mal	2,77 „	2,21 „	20,6	0,57

Die Bezugspreise der Nichtmitgliedszeitungen liegen also um 7 bis 28 Prozent unter den Preisen der Mitgliedszeitungen.

Man erkennt hieraus, daß es den Verlagen, die im N.W.Z.V.V. zusammengeschlossen sind, möglich ist, einen höheren Preis für die Zeitungen zu fordern, als dies bei den außerhalb des Verbandes stehenden Verlagen der Fall ist. Eine beruflich organisierte Vereinigung, wie sie der N.W.Z.V.V. darstellt, ist in der Lage, durch

[54]) Vgl. o. I. Teil, 2. Kap., 4. Abschn., 7.
[55]) Vgl. o. I. Teil, 2. Kap., 4. Abschn., 7.

seine Machtstellung auf dem Zeitungsmarkt und durch den Einfluß auf seine Mitglieder dem Preis durch Hintanhaltung des Konkurrenzkampfes eine Richtung zu geben, die wirtschaftlich gesehen, einer angemessenen Gegenleistung für das Produkt Zeitung entspricht und, privatwirtschaftlich ausgedrückt, eine Rentabilität des Zeitungsbetriebes garantiert. Unter den nicht organisierten Verlagen herrscht dagegen ein so ausgeprägter Wettbewerb mit allen Begleiterscheinungen des Kampfes um Existenz und Absatz, daß sie gezwungen sind, ihre Preise gegenseitig zu unterbieten, um überhaupt auf dem Zeitungsmarkt konkurrenzfähig bleiben zu können. Daher liegen ihre monatlichen Bezugspreise durchschnittlich unter dem Niveau des Preises, den die Zeitungen der Mitglieder erzielen.

3. Kapitel

Die Organisation des Vereins

1. Das Wesen des Vereins.

Der N.W.Z.V.V. ist unter dem 24. April 1922 in das Vereinsregister des Amtsgerichtes Bochum unter Nr. 153 eingetragen. Juristisch gesehen handelt es sich also um einen nicht auf wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb gerichteten, durch Eintragung ins Vereinsregister rechtsfähig gewordenen Verein im Sinne der §§ 21 und 55 BGB. Vor der Eintragung in das Vereinsregister bestand also der N.W.Z.V.V. als nicht rechtsfähiger Verein, als eine Personenvereinigung mit korporativer Verfassung[1]).

Vom volkswirtschaftlichen Standpunkt aus stellt sich der N.W.Z.V.V. als ein Unternehmerverband dar, und zwar als eine Interessengemeinschaft von Unternehmern desselben Gewerbezweiges.

Laupenmühlen[2]) bezeichnet den V.D.Z.V., der ja in seinem Wesen dem N.W.Z.V.V. gleicht, als einen Fachverein. Liefmann[3]) versteht unter einem derartigen wirtschaftlichen Verein „eine Verbindung mehrerer Wirtschaftssubjekte zu einem solchen gemeinsamen Zweck, dessen Verfolgung zwar außerhalb der beruflichen wirtschaftlichen Tätigkeit der Mitglieder liegt, aber auf dieselben von Einfluß ist“. . .

[1]) Ueber die rechtliche Stellung des nicht rechtsfähigen Vereins vgl. auch BGB. § 54, RG. 63—65, RG. 74—374, ZPO. § 50—52 und § 735, KO. § 213.

[2]) Laupenmühlen, a. a. O. S. 31.

[3]) R. Liefmann, Die Unternehmerverbände. Freiburg i. B., Leipzig und Tübingen 1897, S. 11.

„Sie vertreten ihr gemeinsames Interesse durch Agitation, Eingaben etc. . . .“ Auf Agitation und Eingaben allein hat sich nun der N.W.Z.V.V. nicht beschränkt, und wenn er auch seinen Vereinscharakter nie verloren hat, so ist doch durch Einrichtungen verschiedener Art im Laufe der Zeit sein Aufgabenkreis wesentlich erweitert worden[4]).

2. Ziel und Zweck der Organisation.

Die Satzungen sagen hierüber folgendes: „Der Verein bezweckt die gemeinsame Vertretung der beruflichen und Standesinteressen seiner Mitglieder“[5]). Diese Angabe des Vereinszweckes deckt sich dem Sinne und dem Wortlaut nach mit dem, was in den Satzungen des V.D.Z.V. über dessen Zweck gesagt ist[6]). Unter den beruflichen Interessen sollen verstanden werden alle wirtschaftlichen Fragen des Zeitungsgewerbes. Eine Ausnahme hiervon bilden die Fragen der Arbeitgeberinteressen, die in dem 1921 gegründeten „Arbeitgeberverband für das Deutsche Zeitungsgewerbe“ besonders vertreten werden[7]). Diesem Verbande gehören alle Mitglieder des V.D.Z.V. und alle Mitglieder seiner Kreisvereine an, sofern nicht ausdrücklich Ausnahmen durch den Vorstand zugestanden werden. Durch diesen Verband werden insbesondere alle Fragen, die für das Verhältnis zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer im Zeitungsgewerbe von grundsätzlicher Bedeutung sind, geregelt.

Während also der Verein in der Wahrnehmung seiner beruflichen Interessen sich mit wirtschaftlichen Fragen befaßt, sind die Standesinteressen sozialer Natur, indem das Ansehen der im Verein zusammengeschlossenen Verlegerschaft nach außenhin in ihrer Eigenschaft als Berufsstand möglichst zur Geltung gebracht wird.

3. Arbeitsteilung durch Schaffung von Kreisgruppen, und die regionale und lokale Verteilung der Mitgliedszeitungen auf die durch Aufteilung des Vereinsgebietes entstandenen Bezirke.

In § 1 der Satzungen des N.W.Z.V.V. heißt es, daß der Verein zur nachdrücklichen Durchführung seiner Aufgaben in sämtlichen Bezirken Kreisgruppen gründen solle, die Unterabteilungen des Kreis-

[4]) Weiteres über die Aufgaben und Ziele des Vereins vgl. o. I. Teil, 1. Kap., 5. Abschn., II. Teil, 1. bis 3. Kap.

[5]) Vgl. u. Anhang, Satzungen des N.W.Z.V.V. § 2.

[6]) Satzungen des V.D.Z.V. § 1, 1.

[7]) Vgl. u. III. Teil, 3. Kap., 1. Abschn., I. Teil, 2. Kap., 3. Abschn., 1.

vereins sind, und nach besonderen, vom Verein erlassenen einheitlichen Satzungen geleitet werden. Diese Maßnahme bezweckt eine bessere Durchführung der gefaßten Beschlüsse und die Möglichkeit, die innerhalb der Kreisgruppen entstehenden, mehr lokalen Charakter tragenden Fragenkomplexe ohne direkte Inanspruchnahme des Kreisvereins erledigen zu können. Eine Sonderstellung nehmen diejenigen Mitglieder des Vereins ein, die an der Peripherie des Vereinsgebietes wohnen. Die Grenzen des Vereins sind insofern nicht scharf gezeichnet, als gerade diese in den Außenbezirken wohnenden Verleger gelegentlich auch Interessen verfolgen, die über ihren Kreis hinausgehen und oft Berührungspunkte oder Reibungsflächen mit Verlegern benachbarter Kreise haben. Um nun den Verlegern in solchen Fällen die Möglichkeit zu geben, ihre Interessen auch in dieser Hinsicht zu vertreten, dürfen sie gleichzeitig die Mitgliedschaft eines solchen Nachbarvereins besitzen.

Das Gebiet des N.W.Z.V.V. umfaßt zunächst das Niederrheinland östlich und nördlich von Düsseldorf, etwa in dem Dreieck Duisburg—Dorsten—Emmerich. Ferner gehört dazu das rheinisch-westfälische Industriegebiet, sowie die übrige Provinz Westfalen mit Ausnahme des Kreises Siegen und der Orte Schwelm und Gevelsberg. Das gesamte Vereinsgebiet wird aufgeteilt in fünf Unterbezirke: Münsterland, Minden-Ravensberg, Südwestfalen, Industriegebiet und Niederrhein.

Nach dem Stand vom Jahre 1926 waren nach eigener Feststellung insgesamt 197 Mitgliedszeitungen auf 109 Städte des Vereinsgebietes verteilt. In den einzelnen Bezirken war die Verteilung folgendermaßen[8]):

	In den Gebieten:					
	Münster	Minden-Ravensberg	Südwestfalen	Industriegebiet	Niederrhein	insgesamt
kommen auf ... Städte	29	16	24	32	8	109
... Mitglieds-Zeitungen	43	21	35	80	18	197

Den höchsten Prozentsatz der Verteilung weist das Industriegebiet auf, in dem 40,6 Prozent aller Mitgliedszeitungen sich auf 29,4 Prozent aller Städte, in denen Mitgliedszeitungen erscheinen, verteilen. In weiterem Abstand folgen Münster, Südwestfalen, Minden und zum Schluß Niederrhein (9,14 Prozent und 7,34 Prozent).

[8]) Vom Verfasser selbst ermittelt.

In der folgenden Tabelle III sind die Städte der fünf Unterbezirke des Vereinsgebiets, in denen Mitgliedszeitungen erscheinen, nach der Höhe ihrer Einwohnerzahl geordnet. Stand vom Jahre 1926[9]).

Tabelle III.

Städte mit Mitgliedszeitungen, ihrer Größe nach geordnet.

Von insgesamt 109 Städten mit Mitgliedszeitungen hatten in den 5 Unterbezirken ... Einwohner (in Tausend):

	bis 5	5 bis 10	10 bis 20	20 bis 50	50 bis 100	über 100	zus.
Münster	10	9	6	3	0	1	29
Minden-Ravensberg . . .	7	3	1	4	1	0	16
Südwestfalen	7	5	5	6	0	1	24
Industriegebiet	0	3	4	9	10	6	32
Niederrhein	1	0	1	3	0	2	8
Zusammen	25	20	17	25	11	10	109

In dem Bezirk Münster überwiegen die Kleinstädte bei weitem. In der einzigen Großstadt (Münster) erscheinen sechs Mitgliedszeitungen.

Eine ähnliche Struktur weisen die Gebiete Minden-Ravensberg und Südwestfalen auf, wo auch die Kleinstädte bis 10 000 Einwohner vorherrschend sind. In Südwestfalen fällt die verhältnismäßig hohe Zahl der Mittelstädte (20 bis 50 000 Einwohner) auf. Diese Städte liegen durchweg an der Grenze des Industriegebietes und haben einer ausgedehnten weiterverarbeitenden und Fertigwaren herstellenden Metallindustrie ihre Größe zu verdanken.

Im Industriegebiet tritt eine deutliche Verschiebung der Größenverhältnisse hervor. Die höchste Zahl hat die Gruppe 50 bis 100 000 Einwohner; dazu kommen noch 6 Großstädte, wovon allein zwei (Essen und Dortmund) je über 400 000 Einwohner besitzen.

Im Gebiet Niederrhein überwiegen die Mittelstädte und Großstädte, die gleichsam als Ausläufer des Industriegebietes betrachtet werden können.

In der nächsten vom Verfasser zusammengestellten Tabelle IV sind die Städte nach der Anzahl der in ihnen erscheinenden Mitgliedszeitungen aufgeteilt.

[9]) Die Tabelle III wurde vom Verfasser selbst zusammengestellt.

Tabelle IV.

Städte mit Mitgliedszeitungen, nach der Anzahl der in ihnen erscheinenden Zeitungen.

Städte mit ... Mitgl.-Zeitung.	Münster	Minden-Ravensberg	Südwestfalen	Industriegebiet	Niederrhein
1	20	12	16	9	2
2	7	3	6	11	5
3	1	1	1	5	—
4	—	—	1	4	—
5	1	—	—	1	—
6	—	—	—	1	1
8	—	—	—	1	—

Am meisten sind die Städte vertreten, in denen eine Mitgliedszeitung erscheint, wie überhaupt Dierichs[10]) nachweist, daß in Westfalen für die Zeit von 1885 bis 1926 ein beständiger Zugang der Erscheinungsorte mit einer Zeitung festzustellen sei. Im Industriegebiet fällt besonders die hohe Zahl der Erscheinungsorte mit 2 Mitgliedszeitungen auf, ferner sind dort 3 Städte mit 5 (Essen), 6 (Dortmund) und 8 (Gelsenkirchen-Buer) Mitgliedszeitungen vorhanden.

Die lokale Dichtigkeit der Mitgliedszeitungen im gesamten Vereinsgebiet beträgt bei 109 Erscheinungsorten mit 197 Mitgliedszeitungen somit 1,8 d. h. auf jeden Erscheinungsort kommen im Durchschnitt 1,8 Mitgliedszeitungen.

4. Die „Beitragseinheitssatz-Berechnung" auf Grund der jährlich verbrauchten Papiermenge.

(Ein eigenartiges System der Beitragsberechnung im organisierten Zeitungsgewerbe.)

Zur Deckung der Vereinsunkosten wird zunächst eine jährliche Grundgebühr erhoben. Die Höhe des eigentlichen Jahresbeitrages ist nun nicht durch eine bestimmte Zahl normiert, sondern erfährt durch ein besonderes Verfahren eine progressive Staffelung. Dieses Verfahren basiert darauf, „daß unter Zugrundelegung des für die Herstellung von Zeitungen und ihrer regelmäßigen Beilagen im abgelaufenen Kalenderjahr erforderlich gewesenen Papiers"[11]) in 14 Abteilungen zunächst ein Beitragseinheitssatz gebildet wird, der

[10]) Dieriche, a.a.O. S. 30 und 31.

[11]) Vgl. Satzungen des N.W.Z.V.V. § 5, 3.

dann sovielmal erhoben wird, als es zur Deckung des Wirtschaftsvoranschlages nötig ist[12]).

Die in einem Jahre innerhalb eines Zeitungsunternehmens verbrauchte Papiermenge wird also zum Maßstab der Größe und des Umfanges dieses Unternehmens gemacht. Denn: je größer die Zahl der Abnehmer, um so größer die Zahl der Zeitungsexemplare und um so größer die zur Herstellung der Zeitungen verwendete Papiermasse. Die Beitragshöhe richtet sich also weniger nach der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des einzelnen Unternehmers, als vielmehr nach dem Umfang seines Betriebes.

Nach welchen Grundsätzen die Beitragseinheitssätze im einzelnen auf Grund der jährlich verbrauchten Papiermenge erhoben werden, ist in den Satzungen dargestellt[13]). Der Beitragseinheitssatz wird auf Grund folgender arithmetischer Formel ermittelt:

$$y = 850 - \frac{3400}{4 + \frac{x}{100}}$$

Über die Entstehung und Bedeutung dieser Formel ist folgendes zu sagen:

Das vom N.W.Z.V.V. angewandte Verfahren zur Berechnung des Beitragseinheitssatzes leitet sich von dem System der Beitragsberechnung ab, das der V.D.Z.V. nach denselben Grundsätzen bereits langjährig anwendet. Dieses System zerfällt in 33 Abteilungen, in denen auf Grund der jährlich verbrauchten Papiermenge von 2500 bis über 20 Millionen Kilogramm Beitragseinheitssätze nach der oben angeführten Formel in Höhe von 0,25 RM. bis 370 RM. gebildet werden[14]). Vor der Einführung dieses Verfahrens erfolgte die Berechnung der Beiträge nach einer bestimmten Staffel. Hierbei ergaben sich aber Unzulänglichkeiten und Ungerechtigkeiten insofern, als insbesondere bei solchen Verlagen, deren Papierverbrauch gerade an der Staffelgrenze lag, nur geringfügige Gewichtsunterschiede für die Belastung mit dem höheren Beitragssatz ausschlaggebend sein konnten.

Wie der V.D.Z.V. dem Verfasser mitteilte[15]), wurde nach eingehenden Erwägungen für die Aufbringung des Gesamtetats auf dem Wege durch Beiträge der einzelnen Verlage unter Zugrundelegung

[12]) Weitere Vorschriften vgl. in der Satzung § 5, Anhang.
[13]) Vgl. Satzung § 5, Anhang.
[14]) Vgl. Satzung des V. D. Z. V., § 4.
[15]) Schreiben des V. D. Z. V. an Verf. vom 12. 5. 1930.

des Papierverbrauchs eine Kurve gezeichnet, die, von einem Mindestsatz ausgehend, verhältnismäßig steil ansteigen und dann flach verlaufen mußte, um auf diesem Wege den berechtigten Forderungen und Belangen sämtlicher Mitglieder gerecht zu werden, und insbesondere ein sprunghaftes Ansteigen der Staffelsätze zu vermeiden. Diese Kurve wurde dann einem Mathematiker zur Nachprüfung und Berechnung einer Formel übergeben, wobei ihm für das Endergebnis die Erfüllung bestimmter Bedingungen zur Aufgabe gemacht wurde, nämlich: als Ausgangspunkt ein bestimmter Einheitssatz, dann eine allmähliche Verringerung des Einheitssatzes pro Waggon bei steigendem Papierverbrauch und die Aufbringung einer dem Gesamtetat des V.D.Z.V. entsprechenden Beitragsleistung durch sämtliche Mitglieder unter Berücksichtigung der tatsächlichen Verteilung sämtlicher Verlage auf die verschiedene Höhe des Papierverbrauchs.

Das Ergebnis dieser Berechnung ist die oben angegebene Formel, in der x die Wagenzahl (1 Wagen = 10 000 kg) und y der zu berechnende Einheitssatz bedeuten. Die Zahlen 850 und 3400 stellen sich ebenfalls als das Ergebnis der mathematischen Berechnung einer Kurve dar, deren Verlauf die vom V.D.Z.V. gestellten Bedingungen erfüllte. Die Formel findet keine Anwendung bei einem Papierverbrauch bis 10 000 kg.

Alle weiteren Organisationsfragen sind aus der im Anhang dieser Abhandlung zum Abdruck gebrachten Satzung ersichtlich.

Zweiter Teil

Die Tätigkeit des „Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins“

1. Kapitel

Einwirkungen auf das Abonnementswesen und die Bekämpfung der Abonnenten-Werbe-Methoden

1. Die Bezugspreise im Zeitungsgewerbe und die Bezugspreispolitik des N.W.Z.V.V.

Die Einnahmen eines Zeitungsunternehmens fließen aus zwei verschiedenen Quellen:

1. Aus dem Verkauf der Zeitungsexemplare. Da in Deutschland der Einzelverkauf gegenüber dem Bezug durch Abonnement nur einen verschwindend geringen und unbedeutenden Prozentsatz aufzuweisen hat[1]), setzen sich also die Einnahmen aus dem Zeitungsverkauf im wesentlichen aus den Abonnementsgeldern zusammen.

2. Aus den Insertionsgeldern, die dadurch dem Verleger zufließen, daß er Platz in seiner Zeitung für Verbreitung von Anzeigen und Reklamen verkauft.

Um den Betrieb einer Zeitung rentabel zu gestalten, müssen die Einnahmen aus Abonnement und Inseraten die gesamten Unkosten des Unternehmens decken und darüber hinaus noch einen Gewinn abwerfen. Hier interessiert zunächst nur die eine Kategorie der Einnahmen: die Abonnementseinnahmen, die im Einzelfalle durch die Höhe des Bezugspreises eine Fixierung erfahren. Der Anteil der Zeitungsverkaufseinnahmen an den Gesamteinnahmen ist im Verhältnis zur Vorkriegszeit über den Anteil der Anzeigeneinnahmen hinausgewachsen, so daß ersteren heute eine größere Bedeutung zu-

[1]) Nach Dierichs (a.a.O. S. 42—43) betrug bei 44 Zeitungen bei 24 der Einzelverkauf 0,2 bis 1 % des Verkaufs im Abonnement, bei 13 war der Anteil 1—3 %, bei 6 war er 3—5 % und bei einer nur 6,3 %. Dierichs bemerkt noch dazu: „Bei den Zeitungen, die über 3 % im Straßenverkauf absetzten, handelte es sich durchweg um angesehene Großstadtorgane. Der Gesamteinzelverkauf dieser 44 Zeitungen betrug ca. 20 000 Stück. Darunter war der größte Teil derjenigen Blätter des ganzen Bezirks, die überhaupt einen nennenswerten Einzelverkauf hatten. Die 231 Zeitungen des untersuchten Gebiets dürften insgesamt einen Einzelverkauf von ungefähr 30 000 Stück haben."

kommt. Dierichs[2]) veranschaulicht den Anteil der beiden Einnahmekategorien an den Gesamteinnahmen durch folgende Aufstellung:

		1913/14	1924	1925	1926	1927
Zeitungsverkaufs- .	Einnahmen	45%	60%	54%	54%	52%
Anzeigen-		55%	40%	46%	46%	48%

Die erhöhte Bedeutung der Einnahmen aus dem Zeitungsverkauf als Einnahmen- bzw. Unkostendeckungsfaktor läßt somit auch die Frage der Bezugspreise und ihrer Rolle im Zeitungsgeschäft in den Vordergrund der Betrachtungen rücken. Wie die Untersuchungen im I. Teil der Arbeit zeigen[3]), weisen die Preise eine Verschiedenheit auf, die sowohl lokal als regional begrenzt sein kann. Die Ursache hierfür liegt darin begründet, daß die Herstellungskosten der verschiedenen Zeitungen je nach ihrer Größe, Leistung, nach Einrichtung des inneren Betriebes, der Nachrichtensammlung etc. Unterschiede aufzuweisen haben. Dr. Knittel[4]) ist der Ansicht, daß jeder Zeitungsverleger selbst in der Lage sein müsse, seine eigene Zeitung nach ihrem Werte einzuschätzen und dementsprechend den Verkaufspreis seiner Ware festzustellen. Es kann deshalb auch nicht die Aufgabe der Verlegerorganisationen sein, Festpreise oder Minimalpreise für den Zeitungsbezug festzusetzen, sondern, wie Dr. Knittel meint, die Organisation hätte, wenn der Verleger den Preis fixiert hätte, darüber zu wachen, daß auch die Grundbedingungen eingehalten würden. Wenn man berücksichtigt, daß eine Großstadtzeitung mit einer Auflage von ½ Hunderttausend Exemplaren unter anderen Bedingungen produziert als eine kleine Zeitung, oder daß eine 12 mal wöchentlich erscheinende Zeitung einen höheren Preis haben muß als eine solche mit 6maliger Erscheinungsweise, so erscheint es begreiflich, daß die Verlegerorganisation nicht darin ihren Zweck sieht, nach kartellmäßigen Grundsätzen einheitliche Preisfixierungen des Produktes „Zeitung" zu erstreben. Vielmehr wird der Verlegerverein im Liefmannschen Sinne über den Zweck der Fachvereine Agitation auf dem Gebiete der Bezugspreise betreiben. Er wird insofern Einfluß auf die Gestaltung der Bezugspreise ausüben, als er dafür sorgt, daß alle Zeitungen, die unter annähernd denselben Bedingungen arbeiten, dieselben Preise haben und daß allzu große örtliche Preisdifferenzen ausgeglichen werden. Verteuert sich der Unkostenapparat des Zeitungsunternehmens z. B. durch Lohn-

[2]) Dierichs, a. a. O. S. 107.

[3]) Vgl. o. I. Teil, 2. Kap., 4. Abschn., 7.

[4]) Dr. Knittel, Die Aufgaben der Kreisvereins-Organisationen des Vereins Deutscher Zeitungsverleger. Hannover 1910, S. 10.

erhöhungen oder durch Verteuerung des Produktionselements Papier, so wird die Organisation über eine Erhöhung der Bezugspreise beraten und beschließen. Besonders in Zeiten wirtschaftlicher Depressionen und wirtschaftlichen Aufschwungs wird das einheitliche Vorgehen des Verlegervereins auf dem Gebiete der Bezugspreispolitik für die Stellung und das Ansehen des Zeitungsgewerbes gegenüber der Oeffentlichkeit von großer Bedeutung sein.

Von nicht minder großer Bedeutung wird die Tätigkeit des Vereins dann, wenn es sich darum handelt, die durch den wirtschaftlichen Kampf um den Absatz hervorgerufenen gegenseitigen Preisunterbietungen der Zeitungen in ihrer krassen Form zu bekämpfen und abzustellen. Auf dem Zeitungsmarkt findet ja zur Erzielung eines möglichst großen Absatzes ein gegenseitiges Unterbieten der Preise für die Ware „Zeitung" statt. Unter Zurücksetzung der Regeln über Produktivität, Rentabilität und privatwirtschaftliche Kalkulation erzielen die Zeitungen oft Preise, die in keinem Verhältnis zu ihrer Leistung stehen. Diese Unterbietungen werden am häufigsten in lokal begrenzten Bezirken stattfinden, wo bei einer großen Zeitungsdichtigkeit der Kampf um die größte Abnehmerzahl tobt, oder es unterbieten sich Zeitungen, die einen bestimmten Leserkreis aus politischen oder konfessionellen Gründen gleichzeitig zu erfassen suchen.

Hier ist es Aufgabe der Organisation, einzugreifen und diese ungesunde Art der Wettbewerbsmethode durch bindende Beschlüsse zu beseitigen. Häufig geschieht das dadurch, daß unter den beteiligten Zeitungen vertraglich festgelegte Bestimmungen abgeschlossen werden, die ihnen in dieser Hinsicht Bindungen auferlegen.

Es soll nun versucht werden, durch Beispiele die Arbeit des Vereins auf dem Gebiete der Preispolitik darzulegen, sowohl in bezug auf die Preise überhaupt, als auch auf die Bekämpfung der Preisunterbietungen.

Aus der ersten Zeit des Bestehens des Vereins, also in den Jahren 1911 bis 1914, konnten nennenswerte Bestrebungen und Beschlüsse auf dem Gebiet der Bezugspreispolitik vom Verfasser nicht festgestellt werden. Während der Zeit des Weltkrieges erwuchsen jedoch dem Verein in dieser Hinsicht eine große Zahl von Aufgaben. Die unter dem Einfluß des Krieges geschaffene schwierige wirtschaftliche Lage und die allgemeine Verteuerung des Produktionsprozesses im Zeitungsgewerbe veranlaßten den Verein, als Ausgleich für die erhöhten Gestehungskosten die Bezugspreise zu erhöhen[5]).

[5]) Vgl. o. I. Teil, 2. Kap., 2. Abschn., 2.

Auf einer gemeinsamen Versammlung des N.W.Z.V.V. und des Vereins Rheinischer Zeitungsverleger am 6. 3. 1915 in Düsseldorf wurde daher folgender Beschluß gefaßt[6]):

„Die versammelten Zeitungsverleger von Rheinland und Westfalen gaben einmütig der Ueberzeugung Ausdruck, daß ohne eine Erhöhung der Bezugspreise der Zeitungen die Erhaltung einer leistungsfähigen, unabhängigen Presse in Deutschland auf die Dauer nicht möglich ist in Anbetracht der durch den Krieg bedingten Steigerung der Betriebs- und Versendungskosten, sowie der Schwierigkeiten in der Erhaltung und Beschaffung geeigneter Arbeitskräfte. Sie empfiehlt den Verlegern dringend, in den einzelnen Bezirken gemeinschaftlich eine Erhöhung der Bezugspreise ihrer Zeitungen ins Auge zu fassen und bald durchzuführen."

In einer Begründung für die Erhöhung der Bezugspreise heißt es u. a.[7]), „daß der Anzeigenteil der weitaus meisten Zeitungen seit Ausbruch des Krieges sehr stark zusammengeschrumpft ist... Im selben Verhältnis vermindern sich natürlich die Einnahmen des Verlegers, während die Herstellungskosten der Zeitungen eine ganz außergewöhnliche Steigerung erfahren haben... Also: auf der einen Seite ein gewaltiges Zurückgehen der Haupteinnahmequelle, des Anzeigenteils, auf der anderen Seite ein ganz unvorhergesehenes Anschwellen der Ausgaben."

Weiter wird noch dargelegt, daß dieses Mißverhältnis zwischen Einnahmen und Ausgaben nur durch Erhöhung der Bezugspreise wieder einigermaßen wettgemacht werden könne. Es wird darauf hingewiesen, daß die hohen Kosten für Rohmaterialien (ein Faß Druckerschwärze sei von 35 auf 70 bis 75 Mark gestiegen) den Verleger stark belasteten, und daß ihm weitere Kosten erwüchsen aus dem umfangreichen Drahtnachrichtendienst während der Tag- und Nachtzeit, durch Sonderberichterstattung von den Kriegsschauplätzen, Bereithaltung von Personal für den Extrablattdienst usw.

Aus einem Versammlungsbericht des Vereins vom 15. September 1917 in Essen heißt es zur Frage der Bezugspreise[8]): „Für die Erhöhung des Bezugspreises aus Anlaß der stark gestiegenen Herstellungskosten macht sich eine starke Stimmung geltend; zahlreiche Erhöhungen sind zum 1. Oktober in Aussicht gestellt, in Bezirken, wo der Widerstand eines einzelnen Verlages das verhindert, soll der Hauptverein um seine Einwirkung gebeten werden."

---

[6]) Zeitungs-Verlag, Jahrg. 1915, Nr. 12, Sp. 250.
[7]) Zeitungs-Verlag, Jahrg. 1915, Nr. 14, Sp. 289—290.
[8]) Zeitungs-Verlag, Jahrg. 1917, Nr. 39, Sp. 1015.

Nach dem Kriege trieb die Inflation mit ihren immensen Preissteigerungen und der allgemeinen Teuerungswelle auch die Bezugspreise gewaltig in die Höhe. In dieser Zeit kam die Verbandsarbeit des N.W.Z.V.V. besonders stark zur Geltung. Dierichs schreibt[9]):

„Die dauernd steigende Tendenz der Produktionskosten während der Inflationszeit mußte in die alte Preisbestimmung einkalkuliert werden, ohne daß sich dieser Faktor rechenmäßig nur in etwa vorausbestimmen ließ. Durch eine Festlegung auf Grund der persönlichen Beurteilung der Wirtschaftslage durch jeden einzelnen Verleger war die Möglichkeit großer Preisunterschiede bei konkurrierenden Zeitungen gegeben. Die dadurch veranlaßte Vorsicht bestimmte die Verlage häufig, sich mit möglichst geringen Preissteigerungen zu begnügen. Dadurch liefen die betreffenden Unternehmungen Gefahr, in der eigenen Preisbestimmung durch die Teuerungswelle überholt zu werden.

Diese Situation ist ein besonders deutlicher Fall für jene Notzeiten, die in erhöhtem Maße Wirtschaftsvereinbarungen von Konkurrenten bewirken. Jene Zeit führte die Zeitungsverleger in den meist schon seit der Vorkriegszeit bestehenden Kreisvereinen zu einer geschlossenen Front zusammen, um den Inflationsteuerungen wirksam begegnen zu können. Man verfuhr meist in der Form, daß man sich mit der Inflationszunahme in immer kürzer werdenden Zeitabständen in Vereinsversammlungen traf, und sich dort durch Aussprache über die notwendigen Preissteigerungen schlüssig wurde. Die Versammlungsergebnisse wurden dann durch Rundschreiben der Vereinsleitung den nicht anwesenden Mitgliedern mitgeteilt."

So heißt es in einem Versammlungsbericht des Vereins vom 20. 12. 1919 u. a.[10]): „Zu Beginn der Versammlung faßte der Vorsitzende die Punkte zusammen, die in Zukunft von einschneidender Bedeutung für die Lage des gesamten Zeitungsgewerbes sind ... und insbesondere die Papierpreiserhöhung zum 1. 1. 1920, die alles bisher dagewesene in den Schatten stellt ...

Der Vorstand macht den Vorschlag, daß ab 1. 1. 1920 sämtliche Bezugspreise um mindestens 50 Prozent zu erhöhen seien. Dieser Vorschlag wurde einstimmig angenommen."

Hieraus geht hervor, welch bedeutenden Einfluß der Papierpreis als Unkostenfaktor auf die Gestaltung des Bezugspreises nimmt. Die rapide Steigerung des Papier- und Bezugspreises während der Inflationsjahre veranschaulicht Dierichs in einer Aufstellung, die nach-

[9]) Dierichs, a. a. O. S. 103—104.

[10]) Zeitungs-Verlag, Jahrg. 1920, Nr. 2, Sp. 73.

stehend wiedergegeben sei[11]). Die Bezugspreise waren die des „Bochumer Anzeigers“ und die Preise beider Objekte wurden in halbjährlicher Entwicklung gegenübergestellt, wobei jeweils das arithmetische Mittel der 6 Monate errechnet, und für Monate, in denen selbst der Preis noch wechselte, das ungewogene Mittel benutzt wurde.

Zeit	Durchschnitts-Preis in Mark für	
	100 kg Zeitungsdruckpapier	den Bochumer Anzeiger im Monatsbezug
1914	21,00	0,70
1. Halbjahr 1919 . . .	85,25	1,50
2. „ 1919 . . .	125,17	1,73
1. „ 1920 . . .	321,96	3,85
2. „ 1920 . . .	343,17	5,00
1. „ 1921 . . .	320,50	5,50
2. „ 1921 . . .	351,33	7,33
1. „ 1922 . . .	1 129,50	21,83
2. „ 1922 . . .	14 387,00	224,00
1. „ 1923 . . .	152 909,00	5 300,00
3. Vierteljahr 1923 . . .	698 333,00	7 525 000,00
4. „ 1923 . . .	28,50 GM.	1 166 600 Millionen

Neben dem Anschwellen des Papierpreises waren auch die übrigen zur Zeitungsherstellung nötigen Produkte im Preis enorm gestiegen. Es kostete[12])

	vor dem Kriege	1. Halbjahr 1920	% des Friedenspreises
Druckfarbe 100 kg	45 Mark	780 Mark	1733
Stereotypiemetall 100 kg	42 „	1860 „	4428
Maschinenöl 100 kg	80 „	1950 „	2437

Es würde zu weit führen, hier auf die allgemeine Unkostensteigerung der Zeitungsbetriebe näher einzugehen. Als Beispiel sei noch erwähnt, daß der Verlag der Kölnischen Zeitung und des Stadt-Anzeigers im Anfang 1920 die jährliche Gesamtunkostensteigerung gegen 1914 überschlägig mit 21 355 500 Mark berechnet[13]) hat. Auf Grund dieser Tatsachen stieg der Bezugspreis natürlich auch ganz gewaltig. So wurden Anfang 1920 vom N.W.Z.V.V. folgende Preiserhöhungen gemeldet[14]):

[11]) Dierichs, a.a.O. S. 75.

[12]) Zeitungs-Verlag, Jahrg. 1920, Nr. 14, Sp. 491.

[13]) Zeitungs-Verlag, Jahrg. 1920, Nr. 14, Sp. 492.

[14]) Zeitungs-Verlag, Jahrg. 1920, Nr. 12—13, Sp. 457.

„Bochum: Die Bochumer Verleger haben sich grundsätzlich auf eine Bezugspreiserhöhung auf 4,50 Mark geeinigt.

Bielefeld:	6,—	Mark	monatlich
Bückeburg:	4,—	„	„
Herford	4,—	„	„
Oeynhausen:	4,—	„	„
Minden:	4,—	„	„
Halle i. W.:	4,75	„	„
Bünde:	3,50	„	„
Lübbecke:	3,50	„	„

Diese unter dem Einfluß des Vereins örtlich zustande gekommenen Preisfixierungen wurden dann durch Rundschreiben den Mitgliedern bekanntgegeben, damit sie ihnen als Maßstab oder Richtpreis dienen konnten. Von diesen Rundschreiben seien aus der späteren Inflationszeit nachstehend einige wiedergegeben:

„25. 8. 1922. Papierpreis ab 1. 9. 70 Mark. Dortmunder General und Dortmunder Zeitung nehmen ab 1. 9. 130 Mark pro Monat. Tremonia und Zeitungen in Unna, Hamm und Umgebung 110 Mk."

„28. 8. 1922. Sitzung vom 26. beschloß, die Bezugspreise hinaufzusetzen, daß der Papierpreisaufschlag gedeckt würde, dabei mit enormer Abwanderung der Abonnenten zu rechnen. Einigung auf Erhöhung auf 120 Mark monatlich für 6 mal erscheinende Zeitungen in einem Umfang von 48 Seiten und darüber. Bei geringerem Umfang 100 Mark oder etwas weniger. 2 mal tägliche Zeitungen und Dortmunder General mindestens 130 Mark.

1. 4. 1923. Richtpreise ab 1. 4.

2 mal wöchentlich	1200	Mark
3 mal wöchentlich	1600—1800	„
4 mal wöchentlich	2400	„
6 mal wöchentlich, bis 24 Seiten	3000—3500	„
6 mal wöchentlich, über 24 Seiten . . .	3500—4000	„
6 mal wöchentlich, über 36 Seiten . . .	4000—5000	„

30. 7. 1923. Am 1. 8. werden Kollegen aus Bochum, Essen, Duisburg, Dortmund, Gelsenkirchen, Recklinghausen, Bottrop, Wattenscheid und Dinslaken auf 100 000 Mark gehen. Dortmunder General und Tremonia nehmen 110 000 Mark, Deutsche Bergwerkszeitung 120 000 Mark, Rheinisch-Westfälische 135 000 Mark, Einzelverkauf 5000 Mark."

Naturgemäß war die Folge dieser dauernden Abonnementspreissteigerung ein bedeutender Rückgang der Abonnentenzahl, der

bei einzelnen Organen 10 Prozent des ganzen Bestandes weit überstieg[15]). Die Verleger waren sich klar darüber, daß dieser Ausfall nur durch intensive akquisitorische Arbeit größtenteils wieder gutzumachen war[16]). Als Kuriosum einer Werbemethode für Abonnenten aus damaliger Zeit mag erwähnt werden, daß verschiedene Zeitungen wiederholt ihre Leser darauf hinwiesen, daß sie durch den Verkauf der Zeitungen als Altpapier eine erhebliche Verbilligung des Bezugspreises erzielen könnten[17]).

Die Tätigkeit des N.W.Z.V.V. während der Inflation vermittelt ein deutliches Bild von der intensiven gemeinsamen Wirtschaftsplanung der Verlage und zeigt die Methode, nach der wirtschaftliche Vereinbarungen unter den Verlegern getroffen werden. Dies ist insofern von Bedeutung, als die Methode nicht nur für die damalige Zeit galt, sondern Allgemeingültigkeit hat, nur daß sie heute nicht mehr so stark in Erscheinung tritt.

Auch nach 1923 haben durch Fühlungnahme der Verleger und durch den Verein Preisregulierungen stattgefunden, während man vor dem Kriege derartige kollegiale Vereinbarungen noch nicht kannte[18]). Grundsätzlich hat jeder einzelne Verlag das Recht freier Preisbestimmung, aber der Verein ist bestrebt, dahin zu wirken, daß Preisänderungen gemeinsam und im selben Verhältnis zu den alten Preisen vorgenommen werden.

Aus der Nachkriegszeit sollen noch einige Beispiele in dieser Hinsicht gegeben werden. Nach der Stabilisierung lagen die Bezugspreise im großen und ganzen um 100 bis 200 Prozent über den Preisen, welche die Zeitungen vor dem Weltkrieg erzielten[19]). Die Versammlung des N.W.Z.V.V. vom 27. 3. 1924 war einstimmig dafür, daß die jetzigen Bezugspreise für die zweite Hälfte des März beibehalten werden sollten. Es kosteten

6 mal wöchentlich erscheinende Zeitungen 2,40 Mark monatlich
7 mal wöchentlich erscheinende Zeitungen 2,80 Mark monatlich
12 mal wöchentlich erscheinende Zeitungen 3,60 Mark monatlich[20])

Gegen Ende 1924 macht sich, wie aus verschiedenen Versammlungsberichten hervorgeht, von seiten einiger Verleger eine Stimmung für den Abbau der Bezugspreise geltend, die aber unter Hinweis auf

[15]) Vgl. Zeitungs-Verlag, Jahrg. 1920, Nr. 18, Sp. 626.
[16]) Vgl. Zeitungs-Verlag, Jahrg. 1920, Nr. 18, Sp. 626.
[17]) Mitgeteilt von der Geschäftsstelle des N. W. Z. V. V.
[18]) Dierichs, a. a. O. S. 105.
[19]) Vgl. Dierichs, a. a. O., Tabelle II, S. 195 und Tabelle IV, S. 199.
[20]) Vgl. Protokoll der Kreisvereinssitzung vom 27. 3. 24 in Bochum.

die im übrigen Deutschland, vor allem in Berlin, noch bestehenden hohen Preise auf heftigen Widerstand stößt[21]). Auch im folgenden Jahre wurde einmütig festgesetzt, daß von einem weiteren Heruntergehen angesichts sämtlicher steigender Unkosten keine Rede sein kann. Die erst in jüngster Zeit eingetretene Erhöhung der Papierpreise um 2 resp. 3 Mark für 100 kg und die gleichzeitige Erhöhung der Setzerlöhne um 2 Mark sind ein Beweis für die allgemein steigende Tendenz der Preise. Es darf nicht vergessen werden, daß, wenn erst die Bezugspreise abgebaut sind, es bei weiter steigenden Preisen beinahe unmöglich sein wird, die Preise wieder aufzubauen. Eine Herabsetzung der Bezugspreise ist auch vom privatwirtschaftlichen Standpunkt des Unternehmers aus völlig nutzlos, denn einmal wird dadurch nur bewirkt, daß die Konkurrenzverlage ihre Preise gleichzeitig senken und so das alte Verhältnis gleich wieder hergestellt ist, andererseits hat die Erfahrung gelehrt, daß das lesende Publikum sich nur in Ausnahmefällen veranlaßt sieht, wegen einer geringen Preisdifferenz seine gewohnte Zeitung mit einer anderen zu vertauschen"[22]).

Indessen traten neue Preissteigerungen auf (Papier, Löhne), so daß bis Juni 1925 sich die Produktionskosten um etwa 10 Prozent erhöht hatten[23]). Eine Steigerung der Einnahmen durch Erhöhung von Abonnement oder Inseratenpreis war im allgemeinen noch nicht eingetreten, so daß man sich angesichts dieser Tatsache je eher je besser mit einer in absehbarer Zeit durchzuführenden Einnahmeerhöhung vertraut machen mußte[24]).

Im Anschluß hieran trat am 1. Juli ein Beschluß des Vereins in Kraft, der besagt: „Die allgemein gestiegenen Unkosten machen ihre Deckung durch höhere Einnahmen unbedingt erforderlich. Der Verein empfiehlt deshalb seinen Mitgliedern eine Erhöhung der Bezugs- und Anzeigenpreise spätestens zum 1. September"[25]).

Es würde zu weit führen, wollte man die umfangreiche Arbeit des Vereins auf diesem Gebiet erschöpfend behandeln. Es sollte hier nur die Methode und ihre Wirkungsweise dargelegt werden. Die Beispiele haben gezeigt, wie Meinung und Gegenmeinung über Preisveränderungen in den Versammlungen der Verleger zur Geltung kommen, und wie der Erfolg ihrer Aussprachen einen Niederschlag

[21]) Vgl. die Protokolle der Vereinssitzungen vom 4. 12. 1924 und vom 29. 12. 1924.
[22]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 31. 1. 25, S. 3.
[23]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 13. 6. 25, S. 8.
[24]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 13. 6. 25, S. 9.
[25]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 30. 7. 25, S. 1.

findet in Beschlüssen und Erklärungen, an die sich die Mitglieder bindend halten.

Abschließend soll noch eingegangen werden auf die Intensität, mit der der Verein die gegenseitigen Preisunterbietungen bekämpft. Im Geschäftsbericht von 1924/25[26]) heißt es, daß es vor allem darauf ankäme, durch weise Bezugspreispolitik ein gegenseitiges Unterbieten zu verhindern. Ihre besondere Aufmerksamkeit wendet die Organisation den sogenannten Kampfpreisen zu. Man versteht darunter solche Preise, die nicht nach rein kalkulatorischen Gesichtspunkten festgesetzt werden, sondern die nur zu dem Zweck gefordert werden, um die von der Konkurrenz zum Zweck einer Unterbietung festgesetzten, zu niedrigen Preise noch mehr zu unterbieten. Diese Maßnahme bezweckt, durch das Unterbieten der Unterbietungspreise die Konkurrenz allmählich so weit zu bringen, daß sie einsieht, dieses Manöver nicht weiter fortsetzen zu können, ohne ihre wirtschaftliche Existenz zu gefährden, und sie zu veranlassen, wieder Preise zu nehmen, die in der kalkulatorischen Berechnung begründet sind. Der Verein verwirft diese Kampfpreise nicht grundsätzlich, wird aber diese Methode angewandt, so müssen selbstverständlich diese als Kampfpreise festgesetzten Bezugspreise am Kopfe der Zeitung veröffentlicht werden[27]).

Die in einzelnen Orten oder Bezirken von konkurrierenden Zeitungen zu Werbezwecken durchgeführten Preisunterbietungen sucht der Verein häufig dadurch zu unterbinden, daß er darauf hinarbeitet, daß sich die beteiligten Zeitungen vertraglich unter Androhung einer Konventionalstrafe verpflichten, den am Kopf der Zeitung angegebenen Abonnementspreis einzuhalten. Meist enthalten diese Verträge auch noch eine Reihe anderer Bestimmungen über Werbemethoden, worüber später berichtet wird[28]).

2. Freiabonnements und Vorzugsabonnements als Abonnentenwerbemittel und die Stellungnahme des N.W.Z.V.V.

Ein anderes Mittel der Abonnentenwerbung, das von den Zeitungen des öfteren angewandt wird, ist die Gewährung von Vorzugs- und Freiabonnements. Die Vorzugsabonnements sind eine Rabattgewährung auf den Verkaufspreis, die bisweilen bis zu 50 % beträgt[29]). Die Methode wird ausgeübt durch einen Teil der interlokalen Tages-

[26]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 10. 5. 1925, S. 2.
[27]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 31. 1. 1925, S. 3.
[28]) Vgl. u. II. Teil, 1. Kap., 2. Abschn.
[29]) Dieriche, a. a. O., S. 112.

presse gegenüber gewissen, sozial oder beruflich bestimmten Personenkreisen: Lehrern, Beamten, Ewerbslosen, Studenten, sowie Friseuren, Bäckern u. dgl.

Bei den Freiabonnements unterscheidet man zwischen einer dauernden und zeitlich begrenzten Gewährung von Gratisexemplaren. Einen Dauerbezug von Zeitungen genießen vornehmlich öffentlichrechtliche Körperschaften, sowie öffentliche und verkehrsreiche Institute: Finanzämter, Arbeitsämter u. dgl., ferner Gastwirtschaften, Hotels, Verkehrsbüros, Lesehallen.

Weiterhin beziehen auch die Angestellten und die in einem unmittelbaren Dienstverhältnis zum Zeitungsunternehmen stehenden Personen Gratisexemplare. Diese mehr auf Gewohnheit und Ueberlieferung begründete Maßnahme fällt jedoch nicht unter den Begriff der Kundenwerbung.

Die zeitlich begrenzte Zustellung von Freiexemplaren erfolgt lediglich zu dem Zwecke, die Nutznießer dieser Methode als Dauerbezieher zu gewinnen. Sie findet nicht nur Anwendung bei Zeitungen, die ihren Absatzkreis vergrößern wollen, sondern auch vornehmlich von neu gegründeten Zeitungsunternehmungen, die sich erst einen Abnehmerkreis schaffen wollen. Nicht selten findet man in Verbindung mit der Gratisverteilung von Zeitungen die Einrichtung der sogenannten Werbekolonnen, bei denen jeder Werber in bestimmten ihm zugeteilten Distrikten die Verteilung vornimmt und nach gewissen Zeitabschnitten die Bezieher der Freiexemplare persönlich aufsucht, um sie als zahlende Abonnenten zu gewinnen.

Die beiden Arten der Abonnentenwerbung durch Vorzugs- und Freiabonnements sind, mit Mäßigkeit angewandt, durchaus im Rahmen des wirtschaftlichen Wettbewerbs zu verstehen und gerechtfertigt. In ausgedehntem Maße betrieben, werden sie jedoch zu einer Gefahr für das Zeitungsgewerbe und führen zu heftigen Konkurrenzkämpfen.

Zur Frage der Vorzugsabonnements lautet eine Notiz in den Mitteilungen des N.W.Z.V.V.[30]): „Die Gewährung von generellen Abonnementsvorzügen ist ja in Wirklichkeit nichts anderes als verschleierter Preisabbau. Die Gefahr liegt nicht darin, daß ab und zu eine Zeitung zu billigerem Preise abgegeben wird, sondern darin, daß solches Beispiel Schule macht und immer weitere Kreise zieht. Gewährt z. B. die Zeitung A. den Beamten Ermäßigung, weil sie an denen besonderes Interesse nimmt, so wird die Konkurrenz, um nicht verdrängt zu werden, sofort zu den gleichen Maßnahmen

[30]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 31. 1. 1925, S. 3.

greifen, und schließlich wird der Kreis der Bezieher, die nicht auf die eine oder andere Art vorzugsberechtigt sind, nur ein sehr kleiner sein."

Gegen das Ueberhandnehmen von Vorzugsbezügen wurde durch Vermittlung des V.D.Z.V. zur gleichen Zeit ein Abkommen geschlossen, das folgendes bestimmte[31]):

Die Bezugspreisermäßigungen dürfen nur individuell, d. h. an einzelne, ihre Bedürftigkeit nachweisende Bezieher auf deren Antrag hin gewährt werden. Die Zahl der Begünstigten darf 5 % der Bezieher nicht übersteigen. Die Ermäßigungen dürfen höchstens bis zu 20 % des Bezugspreises gewährt werden. — Dieses Abkommen ist für alle Mitglieder des N.W.Z.V.V. bindend.

Vornehmlich in den letzten Jahren beschäftigte den Verein auch die Frage der Gewährung von Vorzugsabonnements an Erwerbslose[32]). Viele Leute, die längere Zeit erwerbslos waren, sahen sich wirtschaftlich nicht mehr in der Lage, den Bezugspreis ihrer Zeitung zu bezahlen und drohten mit Abbestellung. Für den Verleger entstand nun ein Konflikt. Sollte er der Notlage eines Teiles seiner Abonnenten entgegenkommen oder straff an seinem Preise festhalten, ohne Rücksicht auf den Ausfall an Abonnementsgeldern? Aus diesen Erwägungen kamen viele Verleger dazu, den Erwerbslosen den Preis zu stunden, oder ihnen gar Vorzüge einzuräumen. Gegen diese Regelung, abgesehen von Gründen der Menschlichkeit und Geschäftsvernunft, warnt der Zeitungsverleger-Verein seine Mitglieder dringend[33]). Der Verein meint, daß durch diese Maßnahme beim Publikum der Eindruck erweckt werde, daß der Verleger nicht scharf kalkuliere und wohl überhaupt zu teuer sei. Leute, die nicht erwerbslos seien und den vollen Bezugspreis bezahlen müßten, obwohl es ihnen auch nicht viel besser gehe, würden unzufrieden sein und für sich auch Vergünstigungen verlangen. Auch würden sich derartige Sondervergünstigungen bedenklich auf den Abrechnungsverkehr mit den Trägerinnen auswirken. Durch Gewährung von Abonnements zum halben Preise würden Sonderbestimmungen geschaffen, deren Auswirkungen sich nie genau nachkontrollieren ließen. Die Trägerin könne Leute als Erwerbslose benennen, die es in Wirklichkeit gar nicht seien, oder eine Reihe von Beziehern trete als erwerbslos auf, die es gar nicht sei. Den Verlagen fehle hierfür im allgemeinen jegliche Kontrolle.

[31]) Vgl. Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 31. 1. 1925, S. 3.
[32]) Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 15. 6. 1926, S. 3.
[33]) Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 15. 6. 1926, S. 3 und 4.

Es wird weiter auf die Tatsache hingewiesen, daß einige Verlage mit großer Arbeiterbezieherschaft mit gutem Beispiel vorangingen, indem sie ein derartiges Entgegenkommen grundsätzlich ablehnten und sich streng an ihre Preise hielten. Die Verlage hätten damit die besten Erfahrungen gemacht und kaum größere Verluste erlitten als ihre allzu entgegenkommenden Konkurrenten.

Hinsichtlich des Freibezuges einer Zeitung besteht auch ein Abkommen, das den Zeitungsverlegern allgemein die Gewährung von Freiabonnements verbietet[34]). Außer den gemäß alter Uebung gewährten Freiexemplaren an das eigene Personal der Zeitung, ständige Mitarbeiter, große Dauerinserenten etc. dürfen nach einem neuesten Beschluß[35]) des Vereins Freiexemplare nur gewährt werden

1. an Berichterstatter,

2. für Lieferung amtlicher Bekanntmachungen und Inserate an die zuständigen Behörden (Amtsgericht, Verkehrsämter, Finanzamt, Landratsamt, Landgericht etc.),

3. für Wohltätigkeitszwecke an Krankenhäuser, Gesellenhäuser, Waisenhäuser, Hospitäler etc.,

4. als Vergütung für Platzmiete für Anbringung eines Reklameschildes an die Außenwand eines Wohnhauses.

Zur Regelung der sogenannten Kolonnenwerbung besteht auch eine Abmachung des Vereins aus dem Jahre 1929[36]), die besagt, daß die Kolonnenwerbung möglichst ausgeschaltet werden müsse, um die dafür verausgabten Mittel besser für andere und rationellere Zwecke zu verwerten. Die Gratislieferung von Zeitungen zum Zwecke der Abonnentenwerbung dürfe die Höchstzeit von acht Tagen nicht überschreiten. Darnach sei anzufragen, ob die bisherigen Gratisbezieher zahlende Abonnenten werden wollten.

Zur Regelung der Werbetätigkeit und Drosselung ihrer Auswüchse werden nicht selten durch das Eingreifen des Vereins zwischen den Verlagen eines bestimmten Gebietes, oder zwischen Verlagen, die ihr Verbreitungsgebiet auf bestimmte Gegenden aus politischen oder konfessionellen Motiven zu erweitern bestrebt sind, Abkommen abgeschlossen, in welchen die bei der Werbung einzuhaltenden Richtlinien festgelegt sind. So wurde 1928 zwischen den Verlagen der Plätze Buer, Recklinghausen, Haltern, Bottrop, Dorsten, Datteln, Gladbeck, Oberhausen und Gelsenkirchen ein derartiger Vertrag

[34]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 10. 3. 1925, S. 7.
[35]) Beschluß des N. W. Z. V. V. vom November 1929.
[36]) Abmachung des N. W. Z. V. V. vom November 1929.

abgeschlossen, in dem sich die beteiligten Verlage unbedingt verpflichten, die festgelegten Bedingungen einzuhalten. Es heißt darin[37]):

„1. Der am Kopf der Zeitung vermerkte Abonnementspreis muß in allen Fällen ausnahmslos erzielt werden, außer in dem Falle der nachstehend aufgeführten Punkte.

2. Gratisexemplare zu Werbezwecken dürfen nur 2 Wochen lang an ein und denselben Bezieher geliefert werden. Innerhalb eines halben Jahres darf nur einmal eine solche Gratislieferung vorgenommen werden.

3. Ständige Gratisexemplare dürfen nur an das eigene Personal, an ständige Mitarbeiter, an dauernde größere Inserenten, an Bibliotheken und andere ähnliche Sammelstellen sowie an die Stellen geliefert werden, die nach dem Preßgesetz oder anderen Gesetzen einen rechtlichen Anspruch auf ein Freiexemplar haben.

4. Außer an die genannten Personenkreise dürfen nur noch Gratisexemplare an Personen geliefert werden, die dem N.W.Z.V.V. vorher bekannt gegeben werden, doch darf die Zahl der auf diese Weise gelieferten Freiexemplare 100 nicht übersteigen.

5. Bei der Werbung sollen konkurrierende Verlage nicht in abfälliger Weise erwähnt werden, vor allem ist es untersagt, in den von den Werbern mitgeführten Drucksachen oder Schriftstücken gegnerische Verlage zu erwähnen. So ist z. B. die Mitgabe gedruckter Zettel, in denen die Konkurrenzzeitung abbestellt wird, verboten.

6. Für jeden Fall der nachgewiesenen Uebertretung dieses Abkommens kann eine Konventionalstrafe bis 200 RM. verhängt werden.

7. Klagen sind beim N.W.Z.V.V. anzubringen, der von sich aus Beweise erhebt und alles zur Klärung des Tatbestandes Erforderliche tut.

8. Als Schiedsgericht bei Streitigkeiten aus diesem Vertrage gilt das Ehren- und Schiedsgericht des N.W.Z.V.V. entsprechend den Vorschriften der ZPO. Der ordentliche Gerichtsweg ist ausgeschlossen.

9. Vollstreckungsgericht aus diesem Vertrage ist das Amtsgericht, das für den Beklagten örtlich zuständig wäre.

10. Dieser Vertrag tritt am 15. 3. 1928 in Kraft und läuft bis zum 31. 12. 1928 und von da an immer ein Jahr weiter, falls er nicht 3 Monate vor Ablauf des Jahres gekündigt wird. Er ist also frühestens zum 31. 12. 29 kündbar."

[37]) Zitiert nach dem Wortlaut des dem Verfasser im Entwurf vorliegenden Vertrages.

Ein ähnlicher Vertrag wurde im November 1929 zwischen vier großen Verlagen für die Kreise Arnsberg, Meschede, Brilon, Olpe, Soest und Lippstadt abgeschlossen[38]). Der Bezugspreis ist darin festgesetzt. Bezieherkategorien dürfen nicht bevorteilt werden. Die Preise gelten ohne illustrierte Beilage, für die ein Extrapreis pro Monat zu entrichten ist. Gratisexemplare werden verboten. Die Gratiszustellung von Zeitungen zu Werbezwecken darf nur vom 20. bis Ende des Monats vorgenommen werden. Die Werbekolonnen werden abgeschafft, und die Werbung darf nur durch eigene Boten und dauernd beschäftigte Werber vorgenommen werden. Boten und Werber dürfen nur mit Genehmigung des bisherigen Arbeitgebers bei anderen Vertragsschließenden angestellt werden. Eine Konventionalstrafe ist ebenfalls vorgesehen. Besonders hervorgehoben zu werden verdient der Punkt, welcher besagt, daß zur Sicherung der Verpflichtungen jeder Vertragsschließende bei der Geschäftsstelle des N.W.Z.V.V. einen Sichtwechsel hinterlegt.

3. Die Abonnentenversicherung und die Bemühungen des Vereins um ihre Beseitigung.

Eine andere Art der Werbung, die darauf hinzielt, den Kreis der Bezieher zu vergrößern, ist die Abonnentenversicherung. Wie der Name besagt, handelt es sich um eine Versicherung, „welche die Abonnenten von Zeitungen in ihrer Eigenschaft als Abonnenten genießen“[39]). Versicherungsberechtigt sind die Bezieher von Zeitungen, wenn sie diese eine bestimmte Zeit lang — meist 2 bis 3 Monate — abonniert haben. Sie wird wirksam, wenn der Abonnent einen tödlichen Unfall, teilweise auch nur dann, wenn er einen tödlichen Berufsunfall erleidet. Die juristische Seite der Versicherung, ebenso die Bedingungen, unter denen sie abgeschlossen wird, kann hier in diesem Rahmen unmöglich näher untersucht werden[40]). Die Art der Versicherung ist entweder so, daß die Zeitungsverlage zugunsten ihrer Abonnenten die Versicherung bei einer staatlich beaufsichtigten Versicherungsgesellschaft aufnehmen, oder die Verlage versichern ihre Abonnenten ohne Beteiligung einer derartigen Gesellschaft. Zur ersten Art ist zu bemerken, daß in der Zeit nach dem Kriege und im Jahre 1927 neben anderen Gesellschaften vor allem die Nürnberger Versicherungsbank auch in Kreisen der niederrhei-

[38]) Der Vertrag hat dem Verfasser in Abschrift vorgelegen.

[39]) Denkschrift über die Abonnentenversicherung Nr. 644 d Reichstagsdrucksachen, 13. Leg. Per. I. Sess. 1912—13, Berlin, S. 1.

[40]) Vgl. hierzu E. Fink Die Abonnentenversicherung in Deutschland. Erlangen 1917 (Diss.).

nisch-westfälischen Zeitungsverleger durch Versendung von Prospekten zum Abschluß von Versicherungsverträgen aufforderte[41]).

Welche Vor- und Nachteile bietet nun diese Versicherung den Abonnenten und den Verlegern? Dem Abonnenten erwachsen offensichtlich große Vorteile, da er gratis versichert ist. Auch ist zu bedenken, daß hierdurch das Versicherungswesen zum Teil in Volksschichten dringt, die infolge ihrer sozialen und wirtschaftlichen Stellung nicht in der Lage sind, wegen der Höhe der Aufwendung reguläre Versicherungen abzuschließen[42]). Allerdings schafft hier die stark ausgebaute Sozialversicherung ein gewisses Gegengewicht. Die Versicherungssummen sind bisweilen nicht unerheblich und schwanken zwischen 150 und 1000 Mark[43]).

Für den Verleger springt der Vorteil heraus, daß sich seine Abonnentenzahl erhöht und selbst in kritischen Zeiten verhältnismäßig stabil bleibt.

Gegen die Abonnentenversicherung sprechen folgende Gründe: Es wird oft der Einwand erhoben, daß dieses Reklamemittel unethisch sei und den Stempel der Profitgier trage. Die Abonnenten würden nicht des Lesens halber „gefangen", sondern meist der Versicherung wegen[44]). Die Abonnenten zerfallen nun in zwei Kreise, und zwar halten die einen die Zeitung des Lesens wegen, die anderen aus Versicherungsgründen. Der kulturelle Wert der Zeitung wird angesichts dieser Tatsache erheblich gemindert.

Ferner werden auch die Abonnentenversicherungen die Ausgaben der Zeitung sehr beträchtlich erhöhen und ihre Rentabilität vermindern. So bezahlte z. B. die „Leipziger Allgemeine Zeitung" (ca. 60 000 Auflage) bis Anfang 1913 insgesamt über 500 000 Mk. an Versicherungsgeldern an ihre Abonnenten[45]). Diese Summen würden zweifellos sowohl vom volkswirtschaftlichen als auch privatwirtschaftlichen Standpunkt aus besser für den inneren Ausbau und für die solide Fundierung des Unternehmens angelegt. Weiter ist volkswirtschaftlich nicht zu billigen, daß, wenn aus Versicherungsgründen mehrere Blätter von einer Familie gehalten werden, dem Haushalt Geld entzogen wird, das vielleicht für dringendere Bedürfnisse oder in Spareinlagen besser verwandt worden wäre. Eventl. werden

[41]) Laupenmühlen, a. a. O. S. 75 ff.
Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 27. 8. 1927, S. 6.
[42]) Vgl. Zeitungs-Verlag 1906.
[43]) Vgl. Dierichs, a. a. O., S. 120.
[44]) Vgl. Laupenmühlen, a. a. O., S. 79.
[45]) W. Schneider, Die Faktoren der Rentabilität einer Zeitung. Leipzig 1924 (Diss. Würzburg), S. 33.

Zeitungsunternehmungen dadurch künstlich fortgeführt, die eigentlich gar keine Existenzberechtigung mehr haben.

Die Art der Absatzvergünstigung durch Abonnentenversicherung wurde von England übernommen und in den 90er Jahren in Deutschland erstmals in Leipzig angewandt[46]). Bald fand sie rasche Verbreitung, sodaß 1911 ca. 300 periodische Druckschriften mit 4,3 Millionen Abonnenten die Versicherung eingeführt hatten. Unter diesen 300 Druckschriften befanden sich 192 Tageszeitungen[47]).

Es ist bezeichnend, daß die Versicherung von den Verlegern besonders in industriellen und verkehrsreichen Bezirken eingeführt wurde, wohl wegen der höheren Wahrscheinlichkeit tödlicher Unfälle. So fand die Abonnentenversicherung auch Eingang im Ruhrgebiet und damit in das Vereinsgebiet des N.W.Z.V.V. 1903 begann eine Dortmunder Zeitung mit der Versicherung, bald folgten zwei weitere in Dortmund und je 3 in Bochum und Gelsenkirchen[48]).

Seit Beginn seines Bestehens hat der Verein energisch gegen dieses Reklamemittel Sturm gelaufen, allerdings ohne sich im wesentlichen durchsetzen zu können, da seine Bemühungen, die Versicherung zu beseitigen, an der Haltung mehrerer oder auch einzelner, vor allem großer Verlage, scheiterten. Schon der Vorläufer des N.W.Z.V.V., der „Zeitungsverleger-Verein des Rheinisch-Westfälischen Industriegebiets", wandte sich gegen die Abonnentenversicherung, denn er hatte sich „als erste Aufgabe die Abschaffung der Abonnentenversicherung im Industriebezirk" gestellt[49]). Als die Bemühungen in dieser Richtung nichts fruchteten, versuchte man, durch Gesetz ein Verbot dieser Versicherungsart zu erreichen[50]). Auch dieser Versuch scheiterte, und erst die Kriegs- und Inflationszeit brachten die Abonnentenversicherungen zum Verschwinden.

Nach der Inflation begann in den Jahren 1924/25 zuerst je eine große Zeitung in Dortmund und Duisburg mit der Wiedereinführung der Versicherung. Als Reaktion hierauf führten die Konkurrenzunternehmen natürlich auch dieses Reklamemittel wieder ein, und bald hatte die Abonnentenversicherung im niederrheinisch-westfälischen Industriebezirk eine große Verbreitung bei den Zeitungen[51]). Die Bemühungen des Vereins scheiterten an dem hartnäckigen Festhalten einzelner Verlage an dieser Einrichtung. Erst am 2. April 1925

[46]) Laupenmühlen, a.a.O., S. 80.
[47]) Dierichs, a.a.O., S. 119.
[48]) Dierichs, a.a.O., S. 120.
[49]) Vgl. Zeitungs-Verlag vom 10. 4. 1909
[50]) Vgl. Dierichs, a.a.O., S. 121.
[51]) Vgl. Dierichs, a.a.O., S. 121.

konnte der Verein einen Erfolg für sich buchen, wenn ihm auch die restlose Tilgung dieses Werbemittels nicht gelang. Es wurde der einstimmige Beschluß gefaßt, daß die Höchstgrenze für eine etwa zu gewährende Unfallunterstützung 250 Mark betragen solle. Ferner dürfe mit der Unfallunterstützung keine Reklame irgendwelcher Art verbunden werden[52]).

Allerdings gestaltete sich die Durchführung des Beschlusses schwierig, weil von den Verpflichtungsscheinen, welche die Geschäftsstelle an die Mitglieder verschickte und durch deren Unterschreibung sich die Mitglieder an den Beschluß gebunden erklären sollten, nur rund ⅓ unterschrieben zurückkam[53]). Trotzdem machte sich im Laufe der Zeit eine Besserung der Verhältnisse in dieser Beziehung bemerkbar, und der Verein läßt bis heute in seinen Bemühungen nicht nach, die Versicherung noch weiter einzudämmen, obwohl, wie Dierichs meint[54]), vorläufig keine weiteren Erfolge zu erzielen seien, weil in den teilweise beruflich sehr gefährdeten Leserkreisen diese Werbemethode eine gewisse Bedeutung hätte.

Nach Feststellungen des Verfassers hatten Ende 1929 noch 44 Verlage im Gebiete des Vereins die Abonnentenversicherung. Bemerkenswert ist, daß bei den sozialdemokratischen Organen die Versicherung nicht eingeführt wurde[55]). Außer in Niederrheinland und Westfalen besteht die Abonnentenversicherung noch in Südwestdeutschland, Schleswig-Holstein, Bayern, Sachsen und Schlesien, gar nicht findet man sie in Mitteldeutschland, Nordwestdeutschland und dem Rheinland[56]).

4. Die illustrierten Beilagen als Werbemittel und die Maßnahmen des Vereins zu ihrer Beseitigung.

Als konkurrenzorientiertes Propaganda- und Werbemittel kommen noch die illustrierten Beilagen in Betracht. Man versteht hierunter eine Zeitungsbeilage, die sich durch Format oder durch die Papierart oder durch Druckverfahren von der Zeitung selbst unterscheidet. In Verlegerkreisen ist die Ansicht allgemein herrschend, daß

---

[52]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 13. 6. 1925, S. 9 und vom 30. 7. 1925, S. 1.

[53]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 13. 6. 1925, S. 9.

[54]) Dierichs, a. a. O., S. 122.

[55]) A. L. Pariser, Die rechtliche und wirtschaftliche Natur der Abonnentenversicherung. Leipzig 1916 (Diss. Würzburg 1915), S. 27.

[56]) Festgestellt aus den Akten der Geschäftsstelle. Bezeichnung der Akten: Gruppe E, Nr. 23.

diese Art der Zugabe „einen Fremdkörper in der Zeitung darstellt, der ihrem innersten Wesen widerspricht und der durch das Bild im Text mehr als ersetzt werden kann“[57]), vor allem, wenn man berücksichtige, daß bis heute das technische Verfahren bei der Herstellung und Wiedergabe von Autotypien so vervollkommnet sei, daß für eine einwandfreie Darstellung von Bildern im Zeitungstext Gewähr gegeben sei. Die Zugabe der illustrierten Beilagen erfolgt an sich gratis, jedoch macht sich die hierdurch hervorgerufene starke finanzielle Mehrbelastung[58]) des Zeitungsunternehmens und die Tatsache, daß diese Beilagen nur in einem lockeren Zusammenhang mit der Zeitung selbst stehen, nicht selten durch einen Aufschlag auf den Bezugspreis bemerkbar[59]).

Dies war vor allem in der Vorkriegszeit der Fall, wo die illustrierten Beilagen im Vereinsgebiet allgemein Eingang gefunden hatten. Krieg und Inflation ließen sie verschwinden, aber die Zeit um 1924/25 mit ihren verschärften Konkurrenzverhältnissen ließ diese Einrichtung in verstärktem Maße wieder aufleben, wobei durchweg eine Erhöhung der Bezugspreise nicht zur Durchführung gelangte. Dierichs stellt fest[60]), daß im Oktober 1926 von 150 Blättern des niederrheinisch-westfälischen Bezirks 83 eine illustrierte Beilage kostenlos und wöchentlich herausgaben. 1000 Stück solcher Beilagen kosteten bei 8 inseratenlosen Seiten pro Nummer 40 bis 50 Mk. (vor dem Kriege 8—10 Mk.), und die hierdurch bedingte Mehrbelastung einer Zeitung mit z. B. 10 000 Auflage beläuft sich jährlich auf 20—26 000 Mk.

Unter dem Gesichtspunkt, einen möglichsten Abbau der Unkostenfaktoren im Zeitungsgewerbe durchzuführen, und unter dem Hinweis auf die hohen Extrakosten für die illustrierten Beilagen[61]), versucht der Verein von 1925 bis 1926 an, diese Einrichtung abzuschaffen, oder wenigstens auf ein Mindestmaß zu beschränken.

In der Sitzung des Vereins vom 15. 1. 1926 wurde die Mitteilung gemacht, daß Bestrebungen im Gange seien, die Beilagen abzuschaffen, und daß inzwischen die Verleger des südlichen Sauerlandes kürzlich die Abschaffung beschlossen und bereits ihre Verträge mit den Lieferanten gekündigt hätten[62]).

---

[57]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 30. 8. 1926, S. 8.
[58]) Vgl. u. II. Teil, 1. Kap., 4. Abschn., S. 126.
[59]) Dierichs, a. a. O., S. 123.
[60]) Dierichs, a. a. O., S. 124.
[61]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 30. 8. 1926, S. 8.
[62]) Mitteilung des N. W. Z. V. V. vom 30. 1. 1926, S. 6.

Auf der Hauptversammlung am 15. 5. 1926 wurde festgestellt, daß es dem Verein und einzelnen Verlegern gelungen sei, zu drei Viertel die Beilagen im Verein restlos abzuschaffen[63]). Trotzdem konnte eine grundlegende Einigung für eine allgemeine Abschaffung infolge der Haltung einzelner Verlage nicht erzielt werden.

Es ist verständlich, wenn sich z. B. 3 Mitgliedsunternehmungen, welche die Drucklegung und den Vertrieb von illustrierten Beilagen besorgten, den Abbaubestrebungen energisch widersetzten[64]). Die Befürchtungen einzelner Verleger, daß bei Abschaffung der Beilage ein Abgang an Abonnenten eintreten würde, bewahrheiteten sich indessen nicht, da Verlage, die bereits abgeschafft hatten, feststellen konnten, daß es Schwierigkeiten mit den Abonnenten nicht gegeben hätte und kaum Abbestellungen aus diesem Grunde erfolgt seien. Als deutlicher Beweis für die geringe propagandistische Wirkung der Beilagen wurde angeführt, daß andere Zeitungen, und gerade die bedeutendsten, nie Beilagen gehabt und trotzdem einen steten Aufstieg zu verzeichnen gehabt hätten[65]).

Die restlose Abschaffung wurde auch durch die Haltung der sozialistischen Presse verhindert, die durch zentrale Beschlüsse nicht in der Lage war, mitzumachen[66]). Da wieder andere Zeitungen ihren Entschluß von den sozialistischen Blättern abhängig machten, wurden die Schwierigkeiten nur noch größer.

Trotzdem gelang es den Bemühungen des Vereins, einen weiteren Abbau der Beilagen zu erwirken. Im Geschäftsbericht für 1926/27 wird festgestellt, daß „heute ⅔ des Kreisvereins ohne illustrierte Beilage sind, und daß im übrigen Teile im wesentlichen ein Rückgang des Beilagewesens zu verzeichnen ist"[67]). Inzwischen konnte noch erreicht werden, daß die illustrierten Beilagen im Münsterland und Sauerland überall einschließlich der Plätze Dortmund und Hagen abgeschafft wurden[68]). Die Bochumer Verleger beschlossen, für die Beilage einen Sonderpreis von 10 Pfennig für 14 Tage zu erheben. In anderen Städten ging man von einer 8seitigen Beilage zu einer 4seitigen über[69]).

Auch in den folgenden Jahren trat ein weiterer Rückgang der Beilagen ein, oder es wurde eine gesonderte Inrechnungstellung vorge-

[63]) Zeitungs-Verlag, Nr. 20 vom 14. 5. 1926, Sp. 1157.
[64]) Dierichs, a. a. O., S. 125.
[65]) Mitteilung des N. W. Z. V. V. vom 30. 8. 1926, S. 8.
[66]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 27. 10. 1926, S. 7.
[67]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 21. 5. 1927, S. 2.
[68]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 31. 12. 1927, S. 6.
[69]) Dierichs, a. a. O., S. 125.

nommen. Im Jahre 1929 kamen illustrierte Beilagen im rheinisch-westfälischen Industriegebiet noch in Bochum, Essen, Mülheim, Duisburg, Oberhausen, Recklinghausen (ohne Buer), Herne, Wanne-Eickel, Rees und Oelde vor[70]).

5. Weitere Methoden der Abonnentenwerbung.

In den voraufgegangenen Abschnitten wurden die wichtigsten Werbearten, die der Vergrößerung des Abonnentenkreises zu dienen bestimmt sind, und die Maßnahmen des Vereins, sowie die Wirkungsweise seiner Tätigkeit zur Bekämpfung und Beseitigung der Auswüchse auf diesem Gebiete des Wettbewerbs eingehend behandelt. Es würde zu weit führen, noch andere Propagandamittel in den Kreis der Betrachtungen zu ziehen, da sich auch bei ihnen die Arbeitsweise des Vereins in ähnlicher Weise zeigt.

Es sei nur noch auf drei Arten der Abonnentenwerbung hingewiesen: die Erweiterung, Ausgestaltung und Veränderung des Zeitungsinhaltes zur Gewinnung neuer Leser, womit sich Dierichs und Laupenmühlen in ihren Arbeiten näher beschäftigt haben[71]). Weiter gehören hierher die Angaben über Auflagenhöhen, die in Wirklichkeit nie erreicht werden und welche die Verbreitung und damit Bedeutung der Zeitung in falschem Lichte erscheinen lassen. Besonders gegen diesen Mißbrauch wendet sich der Verein und tritt unbedingt für wahrheitsgetreue Angabe der Auflagenhöhe ein[72]). Zum Schluß sei noch auf die von Zeitungen nicht selten veranstalteten Preisausschreiben hingewiesen, die ja auch auf propagandistische Wirkung abgestellt sind.

---

[70]) Festgestellt aus den Akten der Geschäftsstelle. Aktenzeichen: Gruppe E, Nr. 2.

[71]) Dierichs, a.a.O., S. 116 ff.
Laupenmühlen, a.a.O., S. 74.

[72]) Vgl. den Jahresbericht des Vereins in den „Mitteilungen" vom 10. 5. 1926, S. 4.

2. Kapitel

Die Beeinflussung des Anzeigenwesens durch den N.W.Z.V.V.

1. Abschnitt

Die Preisbildung im Anzeigengeschäft

1. Die Einnahmen aus den Anzeigen.

Die zweite Quelle, aus der das Zeitungsunternehmen seine Einnahmen schöpft, ist das Anzeigengeschäft. Durch die aus dem Inseratengeschäft hereinströmenden Gelder wird ein großer Teil der Gesamtherstellungskosten der Zeitung gedeckt[1]), so daß man sie nicht selten als das finanzielle Rückgrat der Zeitungen bezeichnet[2]). Während vor dem Kriege die Anzeigeneinnahmen im Verhältnis zu den Einnahmen aus dem Abonnementsgeschäft höher waren, ist nach dem Kriege der Anteil der ersteren an den Gesamteinnahmen zurückgegangen[3]). Dieser Rückgang findet seine einfache Erklärung in einem Nachlassen des Inseratengeschäftes, das sowohl durch die allgemeine wirtschaftliche Notlage als auch durch den um die Insertionspreise von Verlegern und Inserenten geführten Kampf hervorgerufen worden ist. Da jede Inseratenzunahme einen erhöhten Gewinn für den Verleger bedeutet, ist es erklärlich, daß die Zeitungen in weitestem Maße bestrebt sind, ihren Inseratenteil zu vergrößern. Bei diesen Bemühungen lassen sich aber die Zeitungen oft gegenüber den Inserenten zu Preiskonzessionen hinreißen, die ihnen wohl die erhoffte Erweiterung des Anzeigenteils, aber nicht eine Erhöhung ihrer Einnahmen bringen. Bevor jedoch auf diesen wirtschaftlichen Kampf zwischen Verleger und Inserent näher eingegangen werden soll, empfiehlt es sich, die Unterschiedlichkeit der Anzeigenpreise und die Gründe ihrer Bildung näher zu beleuchten.

---

[1]) Vgl. L. Munzinger, Die Entwicklung des Inseratenwesens. Heidelberg 1902, S. 65, wonach diese Entwicklung in den 20er Jahren des vorigen Jahrhunderts einsetzte.

Ferner: T. Kellen, Die Entwicklung des Anzeigen- und Reklamewesens in den Zeitungen. Frankfurt 1907, S. 233.

[2]) Sielemann, a.a.O., S. 26.

[3]) Vgl. o. II. Teil, 1. Kap., 1. Abschn.
Vgl. ferner H. Krumbhaar im Zeitungs-Verlag vom 1. 1. 1926, Sp. 13 ff.

2. Die verschiedenen Preisbestimmungsgründe der Inserate und die Grundlagen zur Preisberechnung.

Wenn schon bei den Bezugspreisen eine große Unterschiedlichkeit sowohl allgemein als auch im Vereinsgebiet festzustellen war[4]), so zeigt sich bei den Anzeigenpreisen noch eine weitergehende Divergenz. Dierichs stellt hierüber eingehende Untersuchungen für die Jahre 1885 bis 1926 bei einer großen Zahl von Zeitungen des niederrheinisch-westfälischen Gebietes an und stellt fest, daß sich für 1000 mm Druck Preisunterschiede von 1,50 bis über 9,— Mark ergeben[5]). Diese großen Preisdifferenzen erklären sich aus den mannigfachen Preisbestimmungsgründen, die für die Preisbildung der Anzeigen wirksam werden.

Nach dem Inhalt der Anzeigen kann man zunächst zwei Gruppen unterscheiden, die auf dem Anzeigenmarkt verschiedene Preise erzielen. Die eine Gruppe dieser Anzeigen bilden die geschäftlichen Inserate, die auf einen wirtschaftlichen Erfolg des Inserenten hinzielen. Hierher gehören alle Arten der Zeitungsreklame in Form von Warenangeboten und -empfehlungen, ferner alle Anzeigen, die erst ein Angebot von Waren oder Dienstleistungen bewirken sollen. Die andere Gruppe umfaßt die Familien-, Vereins- und Gelegenheitsanzeigen (die sog. „kleinen Anzeigen"), denen, wie Dierichs sich ausdrückt, „das ökonomische Motiv durchweg fehlt[6]). Diese letzte Art der Anzeigen steht fast immer niedriger im Preis als die erste, und die Differenz beträgt sehr verschieden nach Art und Größe der Zeitung im allgemeinen 20—50 Prozent[7]).

Während hier die Gründe für die Preisbestimmung in dem Inhalt und der Art der Anzeige zu suchen sind, wird die Preishöhe anderseits auch durch den Standort des Inserenten zum Zeitungsunternehmen beeinflußt. So werden die Geschäftsanzeigen der lokalen Inserenten billiger berechnet als die der auswärtigen. Der ortsansässige Geschäftsmann soll durch dieses Entgegenkommen als Groß- und Dauerinserent gewonnen werden. Während die auswärtigen Inserenten für Artikel werben, deren Absatz nicht lokalisiert ist und deren Konsumentenkreis regional unbegrenzt ist (Rauchwaren, Automobile, Nähmaschinen etc.), wenden sich die Inserenten am Ort an einen bestimmten Kundenkreis. Sie werben nicht für Markenartikel, sondern wollen eher auf ihr Geschäft selbst die allge-

[4]) Vgl. o. I. Teil, 2. Kap., 4. Abschn., 7.
[5]) Dierichs, a. a. O., S. 53 ff und Tabelle V, S. 201.
[6]) Ebendort S. 127.
[7]) Ebendort S. 127.

meine Aufmerksamkeit lenken. Nicht selten wird der Fall eintreten, daß die lokalen Inserenten auf Grund der besonderen Lage ihres Geschäftes (Vorort, Stadtviertel) nur mit einem begrenzten Kundenkreis rechnen können, und für sie deshalb der Reklamewert der Zeitung geringer ist als für die auswärtigen Inserenten, denen es hauptsächlich auf die durch die größtmögliche Verbreitung begründete Werbekraft der Zeitung ankommt. Der Zeitungsverleger wird deshalb aus diesen Gründen dem ortsansässigen Inserenten niedrigere Preise in Anrechnung bringen als dem auswärtigen[8]).

Es fragt sich nun, auf welchen Grundlagen der Verleger den Preis für das Inserat aufbaut. Als Preisberechnungsgrundlage dient der Anzeigenraum, der nach Höhe und Breite bei den einzelnen Zeitungen verschieden ist. Die Höhe des Anzeigenraumes wird berechnet nach der einspaltigen Zeile, der sog. Grundschrift, oder nach Millimetern, die Breite bestimmt sich nach der Spaltenbreite. Der Anzeigenpreis wird nun dadurch gebildet, daß die Höhe und Breite der Grundschrift oder die Breite der Millimeterzeile als Basis der Preisberechnung genommen wird. Den Preis für die Anzeige erhält man also dadurch, daß man den für die Grundschrift festgesetzten Preis (den Zeilenpreis) mit der Höhe und Breite des Anzeigenraumes multipliziert. Nun hat schon Schacht festgestellt[9]), daß 1898 in Deutschland die Spaltenbreite zwischen 40—90 mm schwankte, wobei der Hauptteil der Zeitungen Breiten zwischen 50 und 70 mm hatte. Dr. W. Herrmann[10]) stellt hinsichtlich der Spaltenbreite fest, daß diese 1927 im Gebiet des N.W.Z.V.V. noch zwischen 22 und 50 mm divergiere, wobei die Spaltenbreite der meisten Zeitungen zwischen 29 und 45 mm liege. Abgesehen von der immer noch herrschenden großen Differenzierung der einzelnen Breiten läßt diese Gegenüberstellung erkennen, daß die Spaltenbreite allgemein kleiner geworden ist.

Die Zeilenhöhe bestimmt sich zunächst nach den fünf Schriftgraden: Nonpareille, Kolonel, Petit, Borgis und Korpus, die Höhenunterschiede von 2,25 mm bis 3,76 mm aufzuweisen haben. Da nun noch die praktische Anwendung dieser Schriftgrade erheblichen Schwankungen unterworfen ist, ergeben sich noch mehr Unterschiede in der Zeilenhöhe. Diesem Uebelstand begegnete Rudolf Mosse 1893 dadurch, daß er einen „Normal-Zeilenmesser" einführte, der die Be-

---

[8]) Dierichs, a. a. O., S. 128 f.

[9]) H. Schacht, Statistische Untersuchung über die Presse Deutschlands. (Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, III. Folge, 15. Bd.), Jena 1898, S. 523.

[10]) Dr. W. Herrmann, Artikel „Normungsfragen" (Zeitungs-Verlag, Nr. 12 vom 25. 3. 1927), Sp. 563 ff.

rechnungsmaße aller deutschen Zeitungen in 26 Graden unterbrachte (von 2, 1—3, 8 mm). Dazu kam als 27. Grad die Millimeterhöhe[11]).

Trotz dieser teilweisen Normierung der Zeilenhöhe ist dennoch unschwer zu behaupten, daß aus den soeben festgestellten großen und zahlreichen Unterschieden in Zeilenhöhe und -breite eine Vielheit an Maßeinheiten zur Berechnung des Anzeigenpreises entstanden ist, die zwangsläufig eine große Unterschiedlichkeit in den Preisen der Anzeigen bei den verschiedenen Zeitungen nach sich ziehen mußte.

Diese Unterschiedlichkeit wächst noch mehr, wenn man berücksichtigt, daß es im Ermessen jedes einzelnen Zeitungsverlegers steht, seine Anzeigenpreistarife nach eigenem Gutdünken aufzustellen. Dabei hat er nicht nur nach rein kalkulatorischen Gesichtspunkten und nach den oben angeführten sachlichen und lokalen Preisbestimmungsgründen zu verfahren, sondern auch Rücksicht zu nehmen auf noch andere preisbildende Faktoren, deren Einfluß er sich schlecht entziehen kann. Es sei nur hingewiesen auf die Stärke des Wettbewerbs, die größere oder geringere Insertionsfreudigkeit der Kaufleute, die Erscheinungshäufigkeit der Zeitung, die Größe des erfaßten Absatzgebietes, die Auflagenhöhe, die Zusammensetzung des Leserkreises und das Verhältnis von Anzeigen- und Textteil.

Bei Berücksichtigung der in diesem Abschnitt geschilderten Umstände wird die Menge der Schwierigkeiten offenbar, die sich den langjährigen Bestrebungen der Verlegervereine, auf dem Anzeigenmarkt geregelte Verhältnisse zu schaffen und die Anzeigenpreise einander anzugleichen, entgegenstellen. Diese Bestrebungen gestalten sich noch schwieriger durch die von seiten einzelner Verleger und der Inserentenschaft vorgenommenen Beeinflussungen und Störungen des Anzeigenwesens.

2. Abschnitt

Die Beeinflussung des Anzeigenwesens durch Verleger und Inserentenschaft

1. Beeinflussung durch den Verleger.

Die Inserentenwerbung seitens der Verleger zeitigt ähnliche Erscheinungen, wie sie bei der Abonnentenwerbung aufzutreten pflegen. Die Verleger versuchen, ohne daß die Inserenten irgendwie einen Druck auf sie ausüben, durch Preisunterbietungen, Gewäh-

[11]) Vgl. auch Dierichs, a. a. O., S. 132.

rung hoher Rabattsätze (oft 50 bis 60 Prozent)[12]) und durch Freiinserate die Inserenten für sich zu gewinnen. Durch sogenannte Annoncen-Akquisiteure, die mit Umsatzprovision von den Verlagen angestellt sind, wird am Erscheinungsort um Anzeigen unter dem Hinweis bestimmter Vorteile geworben. Die Zeitungen gewähren ferner unter gewissen Umständen den Inserenten Rabatte auf den Bruttopreis. Man unterscheidet hier zwischen zwei verschiedenen Arten: Einmal ist es der „Wiederholungsrabatt", der bei mehrmaliger Aufgabe des Inserates zur Anwendung gelangt, und wobei die Rabattsätze und die Staffelung, nach denen sie sich bestimmen, bei den einzelnen Zeitungen verschieden sind. Zum anderen gibt es den „Jahresabschluß-, Mengen- oder Umsatzrabatt", der den Inserenten gewährt wird, die innerhalb eines Jahres einen bestimmten Anzeigenraum übernehmen, wobei Zahl, Größe und Text der Inserate gleichgültig ist. Auch hier sind Rabattsätze und Staffelung verschieden. Dierichs[13]) stellt Unterschiede der Rabattsätze für Zeitungen im Gebiete des N.W.Z.V.V. zwischen 5—50 Prozent fest, je nach der Häufigkeit der Insertion oder der Größe des Anzeigenraumes.

Dieser Wettbewerb der Verleger unter sich, der darauf hinzielt, durch besonders günstige Preisangebote oder hohe Rabattsätze neue Inserenten zu gewinnen, verliert allerdings an Bedeutung gegenüber der Tatsache, daß es die Inserentenschaft selbst ist, die durch Forderung bestimmter Zugeständnisse bei der Insertion die Anzeigenpreise und das ganze Anzeigenwesen ungünstig beeinflußt.

2. Beeinflussung durch die Inserenten.

a) durch den einzelnen Inserenten.

Bei dem unmittelbaren Verkehr zwischen Verleger und Inserent versuchen die Inserenten, vor allem die Großinserenten, Kaufhäuser und große Firmen, die vom Verlag unter kaufmännischen Gesichtspunkten kalkulierten Tarife für Anzeigenpreise zu durchbrechen, indem sie diese Preise unterbieten oder die Insertion von der Gewährung eines hohen Sonderrabattes abhängig machen. Nicht selten werden diese Forderungen mit dem Satze begründet, daß fast sämtliche anderen Zeitungen diesem Ersuchen bereits zugestimmt hätten[14]). Die Verleger führen so einen täglichen Kampf um die Aufrechterhaltung ihrer Preise. Außer der Unterbietung arbeiten die Inserenten auch mit indirekten Mitteln, indem sie besonders günstige

[12]) Vgl. Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 30. 1. 1926, S. 2.
[13]) Dierichs, a.a.O., S. 130 ff.
[14]) Vgl. Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 27. 10. 1926, S. 2 ff.

Plazierung ohne Aufschlag fordern oder sogenannte Scheinannoncenexpeditionen vorschieben und für diese den Vermittlerrabatt beanspruchen[15]). Der Verleger befindet sich nun durch das Verhalten des Inserenten in einer Lage, die ihn nicht selten zwingt, im Hinblick auf die Konkurrenzunternehmen dem Drängen des Inserenten nachzugeben und den Auftrag zu einem Preise anzunehmen, der eine Selbstkostendeckung für den Verlag ausschließt. Diese Handhabung kann sich unter Umständen zu einer Gefahr für das gesamte Anzeigenwesen einer Zeitung auswachsen, wenn in der Folge andere Firmen unter Berufung auf die einer oder mehreren bestimmten Firmen gewährten Sondervorteile dieselben Vergünstigungen auch für sich beanspruchen. Eine Ausnahmestellung nehmen hierbei solche Verlage ein, die dank der Höhe ihrer Auflage und dem Reklamewerte ihres Organs eine monopolartige Stellung inne haben.

b) Durch Inserenten-Verbände.

Da das Vorhaben des einzelnen Inserenten in vielen Fällen an dem energischen Widerstand des Verlegers scheitert, haben sich jene zur besseren Erreichung ihrer Zwecke und um einen stärkeren Druck auf die Zeitungen ausüben zu können, zu Inserentenverbänden zusammengeschlossen. Eine solche Inserentenvereinigung wurde schon um 1900 in Köln ins Leben gerufen, die sich die Beeinflussung der Inseratenpreise großer Tageszeitungen zum Ziele setzte[16]). Oertlich organisierte Inserentenvereinigungen findet man in den zu Kaufmannschaften oder Einzelhandelsverbänden zusammengeschlossenen Firmen und bei Kaufleuten, die durch gemeinsames Vorgehen einen Druck auf die Anzeigenpreise auszuüben suchen[17]).

Die Großinserenten des ganzen Reiches haben sich in dem sogenannten Reklameschutzverband (Schutzverband der Großinserenten und Interessenten für Außenreklame e. V. [R.S.V.]) vereinigt, der eine rührige Tätigkeit entwickelt, um die Position der Zeitungen zu schwächen[18]).

Diese Verbände versuchen neben den Preisdrückungsmaßnahmen auch ihre Mitglieder vom vielen Inserieren abzuhalten, mit dem Erfolg, daß z. B. 1926 der Umfang des Inseratenteils im Gebiet des

[15]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 27. 10. 1926, S. 2 und 9.
[16]) M. Wittwer, Das Zeitungswesen in seiner neueren Entwicklung. Halle 1914. (Diss.) S. 78.
[17]) Vgl. auch Mitteilung des N. W. Z. V. V. vom 27. 10. 1926, S. 2.
[18]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 27. 10. 1926, S. 2.

N.W.Z.V.V. gegenüber dem Vorjahre um 20 Prozent zurückging[19]). Die Inserentenverbände schrecken auch nicht vor dem Mittel des Boykotts zurück. Wird ihren Forderungen hinsichtlich des Preisabbaus nicht sattgegeben, so erfolgt die Entziehung der Anzeigenaufträge für alle oder einen Teil der Zeitungen am Platze.

Einen solchen Inserentenstreik führte im Anfang des Jahres 1925 der Essener Einzelhandelsverband gegen eine dortige Zeitung durch[20]). Von ähnlichen Kämpfen berichtet der Geschäftsbericht des N.W.Z.V.V. 1924/25[21]) und der Bericht des folgenden Jahres[22]), wo es in Oberhausen, Bochum, Hamm und Duisburg zu derartigen Maßnahmen der organisierten Inserentenschaft kam.

In diesem Zusammenhang sei auch das Beilagewesen kurz gestreift. Um die tariflich festgelegten Anzeigenpreise zu umgehen, lassen die Reklame machenden Geschäftsleute zwei- oder mehrseitige Handzettel bis zur Größe des Zeitungsformates selbst drucken und beauftragen einen Zeitungsverlag, diese Reklamebeilage einer bestimmten Ausgabe der Zeitung zuzufügen. Der Preis wird für je 1000 Stück der Beilage festgesetzt und stellt sich natürlich niedriger als der Preis für den entsprechenden Anzeigenraum in der Zeitung.

c) Durch die Annoncen-Expeditionen.

Die Annoncen-Expeditionen haben die Aufgabe, vor allem im außerlokalen Verkehr der Zeitungen und Inserenten um Anzeigen zu werben und den Zeitungen die Aufträge zu vermitteln. Sie beraten die Inserenten hinsichtlich der Ausgestaltung und Art ihrer Reklame in fachmännischer Weise und unterstützen die Zeitungen durch Zuweisung von Anzeigenaufträgen. Sie sind selbständige Kaufleute, arbeiten auf eigene Rechnung und Gefahr und erhalten für ihre Tätigkeit von den Zeitungen eine besondere Provision oder einen sogen. Gesamtrabatt auf den Brutto- oder Nettopreis.

Die erste Annoncen-Expedition war die Firma Haasenstein & Vogler, gegründet 1855[23]). Die Annoncen-Expeditionen gewannen bald rasch an Ausdehnung und spielen heute eine führende Rolle im Geschäft der Anzeigenvermittlung (Ala, Mosse)[24]).

---

[19]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 27. 10. 1926, S. 2.
[20]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 31. 1. 1925, S. 4.
[21]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 10. 5. 1926, S. 3.
[22]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 27. 10. 1926, S. 2.
[23]) Vgl. Zeitungs-Katalog der „Ala-Annoncen-Expedition" 1925.
[24]) Das „Ala"-Anzeigenbüro hatte 1925 32 Zweigstellen und 110 Agenturen. Vgl. auch Sielemann, a.a.O., S. 27.

So sehr man vom marktpolitischen Standpunkt aus die vermittelnde Tätigkeit der Anzeigenagenturen als umsatzsteigernd für das Anzeigengeschäft des Zeitungsgewerbes begrüßen kann, um so bedauerlicher ist es, festzustellen, daß sich im Geschäftsgebaren der Annoncen-Expeditionen im Laufe der Zeit Zustände herausgebildet haben, welche die Aufrechterhaltung geordneter Verhältnisse im Anzeigenwesen beträchtlich erschweren.

Auf der einen Seite versuchen die Zeitungsverlage sich die Anzeigenaufträge dadurch strittig zu machen, daß sie dem Drängen der Annoncen-Expeditionen auf Gewährung hoher Provisionssätze nachgeben. Anderseits bedingt der unter den Annoncen-Expeditionen herrschende Konkurrenzkampf, daß sie sich gegenüber den Inserenten hinsichtlich der Vermittlung günstiger Aufträge überbieten. Je höher die Provisionssätze sind, die sie von den Zeitungen erhalten, um so größer sind die Vorteile, die sie den Inserenten zu bieten vermögen. Dies geschieht dadurch, daß sie ihre Auftraggeber an ihrer Provision beteiligen. Die Höhe der Beteiligung bestimmen die jeweiligen Konkurrenzverhältnisse. Es sind Fälle bekannt geworden, wo die Expeditionen bis zu 90 Prozent ihrer Provisionen manchem Inserenten zukommen ließen[25]). Durch diese Maßnahmen erhält also der Inserent die Anzeige zu einem billigeren Preis, als wenn er sie direkt bei der Zeitung in Auftrag gäbe. Die Expeditionen unterbieten dem Inserenten gegenüber ständig die Tarifpreise der Zeitung und benutzen einen Teil der ihnen gewährten Provision dazu, um dem Provisionsgewährer Konkurrenz zu machen. Die Durchführung der Tarifsätze der Zeitungen wird auf diese Weise durch die Rabattausnützung seitens der Annoncen-Expeditionen fast illusorisch gemacht.

d) Durch die Behörden.

Auch die Staats- und Kommunalbehörden versuchen durch die Forderung, ihre amtlichen Bekanntmachungen, Mitteilungen und Notizen in den Zeitungen gratis aufzunehmen, für sich Sondervorteile herauszuschlagen. Die amtlichen Bekanntmachungen der Städte, Landkreise, der Finanzämter, Amtsgerichte etc. werden in der Regel gegen Bezahlung in den von der zuständigen Regierungsstelle zu Amtsblättern ernannten Tageszeitungen veröffentlicht. Um nun die behördlichen Mitteilungen einem weiteren, möglichst großen Teile der Bevölkerung zugänglich zu machen, werden anderen Zeitungen die Mitteilungen mit der Bitte um Gratisveröffentlichung zu-

[25]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 30. 12. 1926, S. 2.

geleitet. In einer Mitteilung des N.W.Z.V.V.[26]) wird bemerkt: „Die Finanz- und Zollämter schicken den Zeitungen dauernd Mitteilungen aller Art zur Veröffentlichung, ohne dabei an Bezahlung zu denken. Im Jahre 1924 bestand zwischen dem V.D.Z.V. und dem Finanzministerium eine Vereinbarung, nach der sämtliche finanzamtlichen Verlautbarungen bezahlt werden sollten. Für das Jahr 1925 lehnte das Reichsfinanzministerium eine neue Vereinbarung desselben Inhalts einfach ab ..."

Auch die Veröffentlichung der Ausweise über Einnahmen und Ausgaben der Gemeinden und Gemeindeverbände sollen nicht selten in den Spalten der Tageszeitungen gratis aufgenommen werden[27]), die Arbeitsämter beanspruchen besondere Vergünstigungen bei Aufgabe ihrer Bekanntmachungen[28]) und die Kirchengemeinden bitten ebenfalls um kostenlose Veröffentlichung ihrer Mitteilungen im Interesse der Leser[29]).

In diesem Zusammenhang sei auch darauf hingewiesen, daß auch die Deutsche Reichsbahn-Gesellschaft immer wieder versucht, in dem Textteil der Tageszeitungen Bekanntmachungen über den Verkehr von Sonderzügen etc. kostenlos unterzubringen[30]), obwohl derartige Veröffentlichungen, an deren Verbreitung die Reichsbahn ein direktes wirtschaftliches Interesse hat, gegen Bezahlung in den Anzeigenteil gehören.

Das Verhalten der Behörden und ihr an sich durch nichts gerechtfertigter Standpunkt hinsichtlich der Gratisveröffentlichung ihrer Verlautbarungen erklärt sich zum Teil aus der Einstellung eines mehr oder weniger großen Teiles der Tagespresse, die ohne Bezahlung solche Bekanntmachungen veröffentlicht. Der Verlegerverein steht auf dem Standpunkt, daß es nicht Sache der Zeitung sei, kostenlos dafür zu sorgen, daß die Mitteilungen der Behörden dem Publikum bekannt würden. Wie jeder andere Inserent sollten auch die Behörden für die Bekanntgabe ihrer Mitteilungen zur tarifmäßigen Bezahlung derselben herangezogen werden[31]).

---

[26]) Vgl. Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 1. 9. 1925, S. 9.
[27]) Vgl. Akten der Geschäftsstelle, Gruppe C, Nr. 2.
[28]) Vgl. Akten der Geschäftsstelle, Gruppe C, Nr. 8.
[29]) Vgl. Akten der Geschäftsstelle, Gruppe C, Nr. 7.
[30]) Vgl. Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 30. 8. 1926, S. 9. Vgl. ferner Akten der Geschäftsstelle, Gruppe C, Nr. 4.
[31]) Vgl. Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 1. 9. 1925, S. 9.

3. Abschnitt

Die Bemühungen des Vereins zur Schaffung geregelter Verhältnisse im Anzeigenwesen

Berücksichtigt man die vielgestaltigen Verhältnisse und die durch den gegenseitigen Wettbewerb hervorgerufenen Mißstände in der Anzeigenpreisberechnung und im Anzeigengeschäft, so wird die Fülle der einzelnen Aufgaben offenbar, die dem Verlegerverein zur Bearbeitung und Lösung unterstellt werden, wenn er, getreu seinem Grundsatz, die beruflichen Interessen seiner Mitglieder zu vertreten und zu fördern, geregelte Zustände auf diesem Gebiet zu schaffen bestrebt ist.

1. Die Anzeigenpreise und der N.W.Z.V.V.

Der einzelne Zeitungsverleger setzt auf Grund der besonders berücksichtigten Verhältnisse, unter denen sein Unternehmen arbeitet, die Tarife für Anzeigenpreise und Rabattsätze selbständig nach kaufmännischen Grundsätzen fest. Der Verlegerverein übt nun keine kartellmäßig betriebene Preispolitik und Beeinflussung des Anzeigenmarktes aus, sondern er beschränkt sich darauf, seinen Mitgliedern hinsichtlich der Preisgestaltung allgemeine Richtlinien anzuempfehlen und in Zeiten, in denen durch eine besondere Wirtschaftslage die Marktsituation maßgebend beeinflußt wird, eine Erhöhung bzw. Ermäßigung der Preise zu befürworten. Vor allem wacht er darüber, daß die von den Zeitungen festgesetzten Preise auch innegehalten werden und sichert die durch seine Vermittlung getroffenen Vereinbarungen durch örtliche oder bezirksweise abgeschlossene Verträge unter den beteiligten Verlagen.

Der N.W.Z.V.V. hat während des Krieges und der Inflationszeit in ähnlicher Weise, wie er es bei den Bezugspreisen tat, seinen Mitgliedern von Zeit zu Zeit eine entsprechende Erhöhung der Anzeigenpreise empfohlen, um mit der allgemeinen Preissteigerung Schritt halten zu können[32]). Auch nach der Stabilisierung, als die Unkosten bei den Zeitungen im Verhältnis zur Vorkriegszeit eine erhebliche Steigerung erfahren hatten und man in Verlegerkreisen über Erhöhung der Bezugs- und Anzeigenpreise oder Abbau einzelner Unkostenfaktoren (z. B. Aufwendungen für Eigenreklame, Beilagen etc.) zur Deckung der erhöhten Generalunkosten debattierte, versuchte der Verlegerverein in mehreren Fällen eine Erhöhung der

[32]) Vgl. Zeitungs-Verlag, Jahrg. 1915, Nr. 14, Sp. 289—290 und Zeitungs-Verlag, Jahrg. 1920, Nr. 2, Sp. 73.

Anzeigenpreise durchzusetzen[33]). So trat am 1. Juli 1925 ein Beschluß des Vereins in Kraft, der besagte:

„Die allgemein gestiegenen Unkosten machen ihre Deckung durch höhere Einnahmen unbedingt erforderlich. Der Verein empfiehlt deshalb seinen Mitgliedern eine Erhöhung der Bezugs- und Anzeigenpreise spätestens zum 1. September“[34]).

Hingegen wurde von seiten der Inserentenschaft in vielen Fällen und nachdrücklich unter Hinweis auf „zu hohe Preise“ eine Reduktion des Anzeigenpreises gefordert[35]).

Dieser Druck der Inserenten war fast allgemein erfolgreich, so daß die Zeitungen trotz Steigerung der Produktionskosten auf eine Erhöhung der Anzeigenpreise Verzicht leisteten. Der Verlegerverein versuchte daraufhin, durch lokale Verhandlungen und Vereinbarungen eine Erhöhung der Preise zu erreichen. Auf der Mitgliederversammlung vom 26. September 1927 wurde ein Beschluß gefaßt, der u. a. besagte: „Die in den letzten Jahren stets wiederholte Steigerung aller Unkosten macht endlich eine Revidierung des Preisniveaus erforderlich. Der Verein empfiehlt seinen Mitgliedern dringend, sofort in lokale Unterhandlungen über eine Erhöhung der Bezugs- und Anzeigenpreise einzutreten“[36]).

Dennoch wurde unter dem Druck der Inserenten nur in wenigen Fällen eine Erhöhung vorgenommen[37]), und die für die Anzeigen festgesetzten Preise zeigen auch bis heute eine gewisse Stabilität[38]). Das beweist auch eine kurze Notiz im Verbandsorgan des Vereins, die besagt: „Eine Erhöhung der Anzeigenpreise ist in letzter Zeit kaum vorgenommen worden“[39]).

2. Normierung der Preisgrundlagen.

Die großen Unterschiede der Maßeinheiten zur Berechnung des Zeilenpreises[40]), die auch noch nach Einführung des Mosseschen „Normal-Zeilenmessers“ herrschten, veranlaßten schon vor 1914 die

---

[33]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 10. 5. 1926, S. 2 und vom 13. 6. 1925, S. 8—9.

[34]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 30. 7. 1925, S. 1.

[35]) So wurde z. B. im Herbst 1926 von der Inserentenschaft in Herne eine Ermäßigung der Anzeigenpreise gefordert, auf die die Zeitungen aber nicht eingingen. Vgl. Mitteilungen vom 27. 10. 1926, S. 6.

[36]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 31. 12. 1927, S. 4 ff. (Versammlungsprotokoll der Sitzung vom 26 9. 1927.)

[37]) Vgl. Protokoll der Mitgliederversammlung vom 26. 9. 1927.

[38]) Vgl. Dierichs, a. a. O., S. 201, Tabelle V.

[39]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 29. 10. 1929, S. 4.

[40]) Vgl. o. II. Teil, 2. Kap., 1. Abschn.

großen Annoncen-Expeditionen und die Verlegervereine, durch Propagierung einer einheitlichen Höhenberechnung in Form der Millimeterzeile eine Normung der Anzeigenpreisberechnung herbeizuführen. Leider blieben diese Bemühungen erfolglos, und erst wieder nach dem Kriege entfalteten der V.D.Z.V. und seine Kreisvereine eine rührige Tätigkeit, um die Millimeterpreisberechnung bei allen Zeitungen einzuführen[41]).

Besondere Erfolge erzielte in dieser Hinsicht der N.W.Z.V.V. Dr. W. Herrmann[42]) untersucht in einer Statistik, wieviel Zeitungen in den verschiedenen Ländern und Provinzen nach dem Mosseschen Zeilenmesser oder nach Millimetern berechnen und kommt zu dem Ergebnis, daß im Rheinland, in Schlesien, Lippe, der Rheinpfalz und Westfalen die Einführung der Millimeterpreisberechnung am weitesten fortgeschritten ist. In Westfalen sind von 200 untersuchten Zeitungen 194 zur Millimeterberechnung übergegangen, 4 verfahren nach Mosseschen Zeilenmessern und 2 sind unbekannt. Diese zum Vorteil aller am deutschen Anzeigengeschäft interessierten Kreise in weitestgehendem Maße durchgeführte Normung der Anzeigenpreisberechnungsgrundlage ist zum großen Teil ein Verdienst des N.W.Z.V.V., der immer wieder für diese Normung eingetreten ist.

3. Die Bekämpfung der von Inserenten und Inserentenverbänden ergriffenen Maßnahmen zur Beeinflussung des Anzeigengeschäftes durch den N.W.Z.V.V.

Der von der Inserentenschaft auf die Zeitungen ausgeübte Druck zur Erzielung billiger Preise und hoher Rabattsätze wird von dem Verlegerverein energisch bekämpft. Immer wieder hält er seine Mitglieder an, streng an ihren Tarifen festzuhalten, und nicht selten kommt es durch seine Vermittlung zu Abmachungen unter einer Anzahl von Verlagen, um der „Preisdrückerei" wirksam begegnen zu können. Eine solche Abmachung z. B. lautet:

„Der unterzeichnete Verlag verpflichtet sich hiermit gegenüber dem N.W.Z.V.V. unter der Voraussetzung, daß alle Verlage in den Städten ..." (es folgen 9 Städte mit etwa 25 Zeitungen) „eine Verpflichtung gleicher Art eingehen, ab 1. 1. 1928 keine Anzeigenverträge abzuschließen und keine Anzeigen aufzunehmen, die nicht mindestens mit 2 Pfg. pro 1spaltige Millimeterzeile bezahlt werden.

---

[41]) Dierichs, a. a. O., S. 132 f.

[42]) Dr. W. Herrmann, Artikel „Die Notwendigkeit der Umstellung" (Zeitungs-Verlag, Nr. 5 vom 4. 2. 1927, Sp. 219 ff.)

Dieser Preis ist als äußerster Millimeterpreis in den Randgebieten des Vereinsgebietes anzusehen.

Laufende Abschlüsse, die etwa einen noch billigeren Satz enthalten, müssen zum nächstmöglichen Termin auf die neue Basis umgestellt werden.

Um die Einhaltung dieser Abmachung zu gewährleisten, erklärt sich der unterzeichnete Verlag hiermit bereit, im Falle von einem beteiligten Verlag Zweifel in der Einhaltung dieser Verpflichtung geäußert werden, einem Beauftragten des N.W.Z.V.V. Einblick in die Fakturen zu gewähren. Für jeden Fall der nachgewiesenen Uebertretung dieser Verpflichtung wird eine Konventionalstrafe von 200 RM., zahlbar an die Kasse des N.W.Z.V.V., fällig, worüber der Ehrenrat des Vereins als Schiedsgericht entscheidet."

In ähnlicher Weise wendet sich der Verein gegen die wiederholten Forderungen der Inserenten nach Gratisreklame im redaktionellen Teil der Zeitung. Auf der Hauptversammlung des V.D.Z.V. 1928 in Berlin wurde einstimmig eine Resolution angenommen, die auch für die Mitglieder des N.W.Z.V.V. bindend ist. In dieser Resolution heißt es:

„Es muß an dem bewährten Grundsatz der deutschen Presse festgehalten werden, den Textteil absolut rein und unabhängig vom Anzeigenteil zu halten. Wird bei einem Auftrage die Aufnahme von Gratisreklame im Text zur Bedingung gemacht, so ist dies als unzulässig unter allen Umständen abzulehnen. Ausnahmsweise können kurze geschäftliche Mitteilungen am Schluß des redaktionellen Teils und von ihm deutlich getrennt veröffentlicht werden, oder wenn sie durch eine besondere Ueberschrift als nicht redaktionell gekennzeichnet sind.

Voraussetzung für die Befolgung von besonderen Platzvorschriften der Inserenten ist grundsätzlich eine höhere Berechnung. Die Aufnahme von Anzeigen auf den vorderen Textseiten entwertet den redaktionellen Teil und schadet dem Ansehen der Zeitung"[43]).

Die von vielen Firmen bevorzugte Art der Werbung durch Reklamebeilagen und die dadurch bezweckte Umgehung der teueren Insertionsgebühren veranlaßte den Verein, seine Bemühungen auf restlose Abschaffung dieses „Zugabeunwesens" zu richten[44]). Wenn auch durch Vereinbarungen der Verleger verschiedener Bezirke die

[43]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 17. 12. 1928, S. 16.

[44]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 30. 12. 1926, S. 6 und vom 31. 3. 1927, S. 11.

Beilagen abgeschafft wurden[45]), so gelang es den Bemühungen des Vereins doch nicht, infolge der Haltung einer Anzahl von Verlagen, diese Beseitigung ohne Ausnahme durchzuführen. Unter welchen Bedingungen oft die Inserenten einer Zeitung Beilagen anbieten, die der Zeitung nur erhöhte Arbeit neben geringerem Verdienst bringen, möge folgendes Beispiel beweisen, wo eine Firma erklärt, sie wolle eine Beilage beilegen unter der Bedingung, „daß vier Wochen vorher und 14 Tage nachher eine Beilage der Konkurrenz nicht angenommen werden soll"[46]).

Zunächst versuchte der Verein durch Erhöhung der Beilagegebühren die Auftraggeber zu bewegen, wieder zum Inserieren überzugehen. U. a. wurde in einer Vorstandssitzung im Jahre 1925 beschlossen, daß Beilagen im Gewicht von weniger als 20 gr mindestens 15 Mark pro 1000, im Gewicht von mehr als 20 gr mindestens 20 Mark pro 1000 kosten sollten[47]). Obschon diese Preise durchweg von den Zeitungen eingehalten wurden, konnte bis heute noch keine endgültige Abschaffung der Beilagen erzielt werden.

Den Hauptteil der Betätigung des Vereins auf diesem Gebiete nahm die Vertretung der Zeitungsinteressen gegenüber den Inserentenverbänden in Anspruch. Hauptsächlich richtete sich die Arbeit des Vereins gegen die von den Inserentenverbänden durchgeführten Boykotts zur Erreichung ihrer Ziele und auf die hiergegen zu ergreifenden Gegenmaßnahmen. Im Juni 1925 wurde ein Ausschuß eingesetzt[48]), der zur Abwehr von Inseratensperren durch die Einzelhandelsverbände folgende Entschließungen faßte, die in Zukunft als Richtlinien zu befolgen waren:

„1. Bei der Festsetzung von Anzeigenpreisen ist eine unterschiedliche Bemessung mit Rücksicht auf die Zugehörigkeit der Inserenten zu einer wirtschaftlichen Organisation, z. B. einem Verbande des Einzelhandels, der Industrie oder dergleichen, zu unterlassen. Anträge solcher Organisationen auf Bewilligung von Mindestpreisen oder Sonderrabatten für ihre Mitglieder sind unter allen Umständen abzulehnen und an den Kreisverein zu melden.

2. Werden seitens einer wirtschaftlichen Organisation von Großinserenten oder einer bedeutenden Gruppe von Inserenten Maßnah-

[45]) Die Abschaffung der Beilage wurde u. a. beschlossen in Bochum, Essen, weiteren Städten des nördlichen Industriebezirks, sowie im Gebiet des Bezirksvereins Minden-Ravensberg. (Vgl. Mitteilungen d. N. W. Z. V. V vom 31. 3. 1927, S. 11).

[46]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 30. 1. 1926, S. 7.

[47]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 10. 3. 1925, S. 7.

[48]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 30. 7. 1925, S. 8.

men auf Senkung der Anzeigenpreise einer oder mehrerer Zeitungen ergriffen, so ist dies unverzüglich der zuständigen Bezirksorganisation und dem zuständigen Kreisverein zu melden.

3. In den Fällen 1 und 2 sind die Bemühungen des Bezirks- bzw. Kreisvereins darauf zu richten, die durch einen wirtschaftlichen Kampf auf Senkung der Anzeigenpreise (Boykott) betroffene Zeitung dadurch zu schützen, daß die übrigen im Verbreitungsbezirk der betroffenen Zeitung erscheinenden Zeitungen sich vertraglich unter Vereinbarung einer angemessenen Konventionalstrafe für den Fall der Zuwiderhandlung verpflichten, Inseratenaufträge aus derjenigen Wirtschaftsgruppe, welche den Kampf auf Senkung der Anzeigenpreise betreibt, solange abzulehnen, als die Kampfmaßnahmen aufrecht erhalten werden. Als Ausnahmen von dieser zur Abwehr der Kampfmaßnahmen erfolgten Ablehnung solcher Inseratenaufträge sollen nur die Ausführung von schriftlichen Abschlußverträgen gelten, deren Tätigungen mehr als 14 Tage vor Ausbruch des Kampfes zurückliegen, ferner die Ausführung der Aufträge solcher Inserenten, die gleichzeitig auch unter Hinwegsetzung über die Kampfmaßnahmen der boykottierten Zeitung Inseratenaufträge erteilen“[49]).

Die Durchführung dieser Beschlüsse hatte zur Folge, daß schon im folgenden Jahre der Verein feststellen konnte, daß die Versuche der Inserentenverbände, das Niveau der Anzeigenpreise zu drücken, als mißlungen zu betrachten waren[50]).

Die unter irgendeinem Firmennamen zusammengeschlossenen Inserenten verfahren auch oft in der Weise, daß sie große Anzeigenaufträge vergeben, um dadurch hohe Rabatte zu erhalten, die der einzelne Inserent wegen mangelnden Umsatzes nicht bekommt. Eine solche Firma z. B. versucht einen großen Anzeigenraum unter besonders günstigen Bedingungen zu kaufen und der Verleger soll sich verpflichten, alle ihm hierfür bestimmten zugehenden Inserate zu veröffentlichen. Die einzelnen Inserenten erhalten nun durch die von ihnen vorgeschobene Firma höhere Rabatte, als sie der Tarif bestimmt.

Gegen diese Form der Preisunterbietung wendet sich der Verlegerverein und sucht die Tätigkeit dieser vorgeschobenen Firmen zu unterbinden. Eine derartige Firma war z. B. die „Reklame-Union“ in Essen, die durch einen einstimmig gefaßten Beschluß des Vereins

[49]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 30. 7. 1925, S. 8.

[50]) Vgl. den Jahresbericht des Vereins in den Mitteilungen vom 10. 5. 1926, S. 3.

vollständig ausgeschaltet wurde. Der in der Vereinssitzung am 6. Dezember 1927 gefaßte Beschluß lautete[51]):

„Unter Berücksichtigung der großen Gefahren, die den Verlagen durch das Vorgehen der Reklame-Union auf dem Gebiete der Preispolitik drohen, verpflichten sich die Anwesenden, jedwede Verhandlung mit der Reklame-Union abzulehnen und in keinem Falle Abschlüsse von Kollektivanzeigen mit ihr zu tätigen. Den in Frage kommenden nicht anwesenden Verlegern wird zur Pflicht gemacht, sich diesem Vorgehen anzuschließen."

Die nach dem Kriege Platz greifende kostenlose Veröffentlichung von Lotterielisten und Rundfunkprogrammen fand nicht die Billigung des Vereins und, wie aus dem Jahresbericht vom 10. 5. 1926 hervorgeht, wurde die kostenlose Veröffentlichung von Lotterielisten und Rundfunkprogrammen verboten[52]).

Mit gleicher Energie setzt sich der Verlegerverein für eine Fernhaltung der sogenannten Schmutz- und Schwindelanzeigen aus dem Inseratenteil der Zeitungen ein[53]). Er warnt seine Mitglieder dringend davor, derartige Anzeigen, die nur darauf hinzielen, die Notlage der Bevölkerung auszunutzen und „Dumme anzulocken", aufzunehmen. Zu dieser Art von Inseraten gehören vor allem die Nebenverdienst- und Heilmittelankündigungen, ferner Darlehensanzeigen, in denen größere Darlehen unter besonders günstigen Bedingungen angeboten werden, und die Kurpfuscheranzeigen, die auch zu einem großen Prozentsatz auf Schwindel aufgebaut sind.

4. Die Rabattausnutzung durch die Annoncen-Expeditionen und die hiergegen ergriffenen Maßnahmen.

Die Rabattausnutzung seitens der Annoncen-Expeditionen gab der Presse Veranlassung, Gegenmaßnahmen zu ergreifen, um diesem Vorgehen wirksam begegnen zu können. Schon um 1900 wurden in einigen Orten Vereinbarungen über zu gewährende Höchstrabatte getroffen, die auch meist eingehalten wurden, weil der Kreis der Beteiligten relativ gering war[54]).

Die Bemühungen des V.D.Z.V. in den Vorkriegsjahren, die eine Bindung aller Zeitungen und Annoncen-Expeditionen an die von jeder Zeitung unter Berücksichtigung der eigenen Verhältnisse für sich

[51]) Vgl. Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 31. 12. 1927, S. 12.
[52]) Jahresbericht des Vereins in den Mitteilungen vom 10. 5. 1926, S. 4.
[53]) Vgl. hierzu die Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 30. 11. 1925, S. 12.
[54]) Dierichs, a.a.O., S. 158.

aufgestellten Tarifsätze herbeiführen sollten, scheiterten an der unzureichenden Beteiligung beider Parteien[55]). Die Zustände im Anzeigengeschäft blieben somit bestehen und verschärften sich sogar noch in der Kriegs- und Nachkriegszeit. Erst 1924 trat der V.D.Z.V. wieder in Erwägungen über die gegenüber den Annoncen-Expeditionen zu ergreifenden Gegenmaßnahmen ein[56]). Es wurde ein Anzeigenausschuß eingesetzt[57]), der Richtlinien für die Regelung der Beziehungen zwischen Verlagen und Expeditionen ausarbeiten sollte. Als Vorsitzender dieses Ausschusses und bei der Feststellung der Richtlinien wirkte maßgebend der Vorsitzende des N.W.Z.V.V., Herr Otto Dierichs, Bochum, mit, dessen Bemühungen es zu verdanken ist, daß die getroffenen Vereinbarungen ihren Niederschlag in dem sogenannten „Verpflichtungsschein" fanden, durch den die Vertragspartner, Zeitungen und Annoncen-Expeditionen, sich gegenseitig verpflichten sollten, an den darin enthaltenen Bestimmungen unbedingt festzuhalten[58]).

Das Entstehen des Verpflichtungsscheines ist dem Bestreben der Zeitungsverleger zu danken, auch für die Ware „Anzeigenraum" das System der festen Preise einzuführen. Durch Unterzeichnung dieses Verpflichtungsscheines verpflichtet sich der Verleger, die von ihm selbst nach freiem Ermessen unter Berücksichtigung aller besonderen Verhältnisse und Bedürfnisse seiner Zeitung aufgestellten Tarife streng einzuhalten und sie unter keinen Bedingungen und in keiner Form zu unterbieten. Er verpflichtet sich weiter, in Zukunft nur mit den anerkannten Annoncen-Expeditionen zu arbeiten, die ihrerseits sich durch Unterzeichnung des Verpflichtungsscheines bindend dazu verpflichten, die vom Verleger aufgestellten Tarife einzuhalten und auch keine Versuche zu ihrer Unterbietung zu machen. Der Verpflichtungsschein bezieht sich lediglich auf das auswärtige Anzeigengeschäft und berührt das Ortsgeschäft nicht.

Die Annoncen-Expeditionen, zusammengeschlossen im „Verband Deutscher Annoncen-Expeditionen" (V.D.A.E.) und in der damals neu gegründeten „Tarifgemeinschaft des Anzeigenwesens", billigten die Einführung des Verpflichtungsscheines unter der Voraussetzung, daß sich über 200 von ihnen aufgeführte Verlage auch für die Beteiligung aussprächen[59]). Nach zweijährigen langwierigen Verhandlungen kam am 9. 11. 1926 der „Verbändevertrag" zur Unterzeich-

[55]) Näheres hierüber bei Dierichs, a.a.O., S. 158 ff.
[56]) Dierichs, a.a.O., S. 161.
[57]) Vgl. Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 30. 11. 1925, S. 13.
[58]) Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 31. 3. 1927, S. 2 f.
[59]) Dierichs, a.a.O., S. 162.

nung[60]). Am 1. Januar 1927 traten dann die zwischen den einzelnen Zeitungen und Annoncen-Expeditionen auszutauschenden Verpflichtungsscheine in Kraft[61]). Obwohl bereits im Anfang ca. 800 Zeitungsverlage und eine große Zahl von Annoncen-Expeditionen den Verpflichtungsschein unterzeichnet hatten[62]), war den Bemühungen, die man in langjähriger Arbeit zur Schaffung gesunder Verhältnisse im Anzeigengeschäft aufgewendet hatte, doch nicht der Erfolg beschieden, den man ihnen gewünscht hätte.

Die Durchführung der Beschlüsse scheiterte an dem Verhalten der Annoncen-Expeditionen, die am 1. Oktober 1927 den Verpflichtungsschein kündigten. Am 1. Januar 1928 trat er außer Kraft[63]).

Nachdem nunmehr wieder jegliche Bindung im Anzeigengeschäft zwischen Verleger und Expeditionen fehlte, bemühte sich der N.W.Z.V.V., ohne vertragliche Bindung eine Gesundung des Anzeigengeschäftes möglich zu machen. Auf Anregung des Hauptvereins wurde beschlossen, in Zukunft die Provision aller Annoncen-Expeditionen und Anzeigenvermittler mit 10 % vom Netto zu limitieren[64]). Wenn auch eine Zahl von Zeitungsverlagen diesem Ersuchen nachkam, so bleibt für die Zukunft doch noch ein großes Arbeitsfeld für den Verein auf diesem Gebiete offen.

5. Die Forderung der Behörden nach Gratisveröffentlichung ihrer Bekanntmachungen und ihre Ablehnung durch den N.W.Z.V.V.

Die Forderung der Behörden, ihre Bekanntmachungen und Mitteilungen gratis in die Spalten der Zeitungen aufzunehmen, findet eine allgemeine Ablehnung durch den Verein. So besagt ein in der Sitzung des Vereins vom 9. Dezember 1926 zu Protokoll gegebener einstimmiger Beschluß, daß sich die Mitglieder ohne Ausnahme verpflichten, keine amtlichen Bekanntmachungen kostenlos aufzunehmen[65]).

Auch das Vorgehen amtlicher Stellen, besonders der Finanzämter, durch Vermittlung von Annoncen-Expeditionen ihre Bekanntmachungen den Zeitungen zukommen zu lassen, wird vom Verein mit der Begründung abgelehnt, daß in diesem Vorgehen ein „offen-

[60]) Mitteilungen vom 30. 12. 1926, S. 6 und Dierichs, a.a.O., S. 162.
[61]) Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 31. 3. 1927, S. 2.
[62]) Dierichs, a.a.O., S. 162.
[63]) Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 31. 12. 1927, S. 7 und 12.
[64]) Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 31. 12. 1927, S. 13.
[65]) Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 30. 12. 1926, S. 6.

barer Mißbrauch der Annoncen-Expeditionen liegt; denn die wesentlichen Aufgaben einer Annoncen-Expedition, Akquisition der Anzeigen und Uebernahme des Delkredere, fallen hierbei fort. Es ist also nicht einzusehen, wofür die Provision gezahlt werden soll"[66]).

3. Kapitel

Aus der sonstigen Tätigkeit des Zeitungsverleger-Vereins

In den beiden voraufgegangenen Kapiteln wurde die Tätigkeit des N.W.Z.V.V. gezeigt, die er in Erfüllung seiner Aufgaben auf den beiden wichtigsten Gebieten des Zeitungswesens, dem Abonnements- und Anzeigengeschäft, leistet. Damit ist aber der Aufgabenkreis, den sich der Verlegerverein als Arbeitsfeld vorgezeichnet hat, noch nicht geschlossen. Es würde im Rahmen dieser Ausführungen zu weit führen, in allen Einzelheiten die Tätigkeit des Vereins auf anderen Gebieten, die direkt oder indirekt mit dem Zeitungswesen in Zusammenhang stehen, zu zeigen. Es soll aber versucht werden, in einigen knappen Umrissen zu zeichnen, wie der Verein seiner Aufgabe, den Berufs- und Standesinteressen seiner Mitglieder zu dienen und sie zu fördern, auf noch andere Weise gerecht wird.

In wesentlichen Berufsfragen unterstützt der Verein seine Mitglieder durch Ratschläge und Auskünfte. In den Versammlungen werden durch Vorträge von Fachleuten Probleme des Zeitungsfaches erörtert und zur Diskussion gestellt. Durch Rundschreiben an seine Mitglieder werden diese von besonderen Vorkommnissen in Kenntnis gesetzt und in wichtigen Fragen beraten. So verschickt die Geschäftsstelle seit Oktober 1926 Steuerrundschreiben, in denen aktuelle Steuerfragen erörtert und die jeweils in dem betreffenden Monat fälligen Steuern aufgeführt werden[1]). In ähnlicher Weise werden auch Steuerfragen durch Artikel im Verbandsorgan zur allgemeinen Kenntnis gebracht.

Die Geschäftsstelle des Vereins gibt den Mitgliedern Auskünfte rechtlicher, steuerlicher und geschäftlicher Art und vermittelt bei Auseinandersetzungen mit Staats- und Gemeindebehörden zwischen diesen und dem betreffenden Zeitungsverlage.

---

[66]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 30. 8. 1926, S. 9.

[1]) Vgl. Akten der Geschäftsstelle, Mappe: „Rundschreiben (eigene). Angefangen 1. April 1926, beendet 15. März 1928."

Als Beispiel für die Vermittlertätigkeit des Vereins in Streitfragen, die das Zeitungsgewerbe allgemein betreffen, sei ein Fall aus jüngster Zeit wiedergegeben. Eine Reihe von Handwerkskammern machte in letzter Zeit den Versuch, einen großen Teil der Zeitungsdruckereien für handwerkskammerpflichtig zu erklären und dementsprechend in die Handwerksrolle einzutragen[2]). Hierdurch wurde die betreffende Firma verpflichtet, Beiträge für die Handwerkskammer zu zahlen. Die Handwerkskammern begründeten ihr Vorgehen damit, daß der dem Verlagsgeschäft angegliederte Druckereibetrieb als handwerksmäßiger, selbständiger Betrieb anzusehen und deshalb handwerkskammerpflichtig sei. Da hinsichtlich dieser Auffassung zwischen Verlegern und Handwerkskammern keine Einigung erzielt werden konnte, legte sich der N.W.Z.V.V. ins Mittel und stellte sich auf den Standpunkt, daß der Druckereibetrieb auch selbst für sich ohne das Verlagsgeschäft die Qualität eines Handelsunternehmens habe, also handelskammerpflichtig sei. Begründet wird diese Ansicht unter Hinweis auf die Größe der Arbeiterzahl, die Maschinen und auf die Stellung des Unternehmers im Betrieb (er arbeitet selbst nicht mit).

In dem vom N.W.Z.V.V. aufgestellten Gutachten heißt es, daß seiner Auffassung die Behauptung entgegengestellt wird, „daß Akzidenz-Druckereibetriebe selbständige Betriebe darstellen und dementsprechend wenigstens dieser Teil der Zeitungsunternehmungen handwerkskammerpflichtig ist. In der Tat ist es nach der Novelle zur Gewerbeordnung möglich, Unternehmungen für teilweise handwerkskammerpflichtig zu erklären, nämlich dann, wenn die Teile im wesentlichen einen selbständigen Betrieb darstellen. Es sind jedoch auch die meisten Druckereien, sofern sie nur eine gewisse Größe haben, ohne weiteres als Fabrikbetriebe anzusehen und dementsprechend von den Handwerkskammerpflichten frei. Sollte in einigen Fällen, in denen die Akzidenzdruckerei nur einen geringen Umfang hat, die Druckerei mit Recht zu Handwerkskammerbeiträgen herangezogen werden, so kann der Verleger verlangen, daß seine Beiträge zwischen Handels- und Handwerkskammer geteilt werden“[3]).

Der Verein fordert weiter seine Mitglieder auf, gegen das Vorgehen der Handwerkskammer Einspruch einzulegen, zunächst bei der zuständigen Handelskammer. In einer daraufhin folgenden Reihe von Verfahren vor den Verwaltungsbehörden wurden die betreffenden

[2]) Vgl. hierzu Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 29. 10. 1929, S. 19 und die Akten: Gruppe C, Nr. 6.

[3]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 29. 10. 1929, S. 19.

Verlage ausnahmslos von der Handwerkskammerpflicht freigesprochen[4]). So wurde diese Streitfrage durch Vermittlung des Vereins zugunsten der Zeitungen entschieden und diesen wesentliche Ausgaben erspart.

Vor Gerichten und Behörden vertritt der Verein durch von ihm bestellte Personen seine Mitglieder. Der Tätigkeitsbericht des Vereins vom Geschäftsjahr 1928/29[5]) weist Fälle auf, in denen Mitglieder bei Verfahren vor Arbeitsgerichten und Versicherungsämtern vertreten und wo bei Streitigkeiten vor ordentlichen Gerichten schriftliche oder mündliche Gutachten abgegeben wurden.

Der Verein hat ferner die Aufgabe, die Standesinteressen seiner Mitglieder zu wahren und zu vertreten[6]). Diese Aufgaben erfüllt er, indem er da, wo der Konkurrenzkampf zu persönlichem Streit ausartet, oder wo aus anderen Gründen kollegiale Differenzen entstehen, vermittelnd und schlichtend eingreift. Durch seine Einflußnahme wurden die früher recht häufigen Fälle, in denen sich gegnerische Verlage in den Spalten ihrer Zeitungen bekämpften, beschränkt[7]).

Um ein geschlossenes Bild von der Bedeutung und Wirksamkeit des niederrheinisch-westfälischen Zeitungswesens und der bedeutenden Stellung des Zeitungsverlegers der Oeffentlichkeit vor Augen führen zu können, beschloß der Verein im Herbst 1927, sich mit einer Kollektivausstellung an der 1928 in Köln stattfindenden „Internationalen Presse-Ausstellung“ (Pressa) zu beteiligen[8]).

Ein bedeutendes Verdienst um die Hebung des Verlegerstandes erwarb sich der Verein, als es ihm gelang, nach langwierigen und schwierigen Verhandlungen am 14. Mai 1926 anläßlich der Dortmunder Hauptversammlung ein Zeitungswissenschaftliches Institut eröffnen zu können, das der Stadtbibliothek Dortmund angegliedert ist[9]). Dieses Institut steht in enger Verbindung mit dem im Winter-Semester 1926/27 an der Universität Münster errichteten Lehrstuhl für Zeitungswissenschaft[10]), dessen Entstehen auch auf die Initiative

[4]) Vgl. Tätigkeitsbericht 1928/29 in Mitteilungen des Vereins vom 29. 10. 1929, S. 6.

[5]) Mitteilungen des Vereins vom 29. 10. 1929, S. 6.

[6]) Vgl. u. Anhang, Satzungen des N. W. Z. V. V., § 2.

[7]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 10. 5. 26, S. 4.

[8]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 31. 12. 1927, S. 1.

[9]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 15. 6. 1926, S. 5 und 6.

[10]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 15. 6. 1926, S. 5 und 6, vom 30. 8. 1926, S. 8, vom 31. 3 1927, S. 9 und vom 21. 5. 1927, S. 3.

des Vereins zurückzuführen ist. Beide Institute genießen die weitgehende Unterstützung des Vereins[11]), und durch die Schaffung dieser bedeutsamen Einrichtung erklärt die Verlegerschaft gleichsam, „daß ihr die systematische Erforschung des Wesens der Zeitung und die Heranbildung eines tüchtigen verlegerischen und redaktionellen Nachwuchses besonders am Herzen liegt. Die Gründung dieses Instituts enthält die ideale Forderung, daß der moderne Zeitungsmann die Kenntnisse für seinen Beruf durch systematisches und eindringliches Studium erwerben soll. Eine Forderung, deren allgemeine Erfüllung ohne Zweifel stark zur Hebung des Ansehens des Standes beitragen wird. Aufgabe dieses neuen Institutes soll es auch sein, eine gewisse Tradition zu fördern dadurch, daß alles an der Presse Erhaltungswürdige gesammelt und wissenschaftlich verarbeitet wird"[12]).

---

[11]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 31. 3. 1927, S. 9.

[12]) Aus dem Jahresbericht des Vereins vom 10. 5. 1926.

Dritter Teil

Der „Niederrheinisch-Westfälische Zeitungsverleger-Verein“ in seinen Beziehungen zu anderen Organisationen des Zeitungs- und Buchdruckgewerbes

1. Kapitel

Der „Verein Deutscher Zeitungsverleger" (V.D.Z.V.) und seine Kreisvereine

1. Der V.D.Z.V., Entstehung, Wesen und Organisation.

Am 7. Mai 1894 wurde auf Anregung der „Münchener Neuesten Nachrichten", der „Magdeburger Zeitung", der „Kölnischen Zeitung" und des „Hannoverschen Kuriers" der „Verein Deutscher Zeitungsverleger (V.D.Z.V.) mit dem Sitz in Hannover gegründet[1]). Im Anfang seines Bestehens war der Verein die spezielle Interessenorganisation einer Gruppe großer Zeitungsverlage und wurde erst im Laufe der Jahre durch den Beitritt von mittleren und kleinen Zeitungen zu einer umfassenden Vermittler- und Interessenstelle für die gesamte deutsche Presse. Er bezweckt „die gemeinsame Vertretung der beruflichen und Standesinteressen der deutschen Zeitungsverleger"[2]). Im Jahre 1902 zählte der Verein knapp 100 Mitglieder, im Jahre 1917 dagegen war die Zahl bereits auf 1500 gestiegen[3]). Seine günstige Entwicklung und die Stärkung seiner Machtposition bewirkten es, daß er 1927 über 2000 Mitglieder mit ca. 2500 Zeitungen bei etwas mehr als 3000 deutschen Zeitungen insgesamt umfaßte[4]). Die Beobachtung und Bearbeitung sämtlicher wirtschaftlichen, geschäftlichen, technischen und organisatorischen Fragen des Zeitungsgewerbes brachten es mit sich, daß die Erledigung dieser Aufgaben nicht mehr von einer Zentralstelle befriedigend gelöst werden konnten. Die unterschiedlichen und speziellen Interessensphären der Klein-, Mittel- und Großbetriebe des Zeitungsgewerbes und die regional differenzierten Fragenkomplexe innerhalb des Deutschen Reiches erforderten zu ihrer befriedigenden Wahrnehmung und Lösung eine weitgehende Arbeitsteilung.

Durch Schaffung von Zweigvereinen, die in gewisser Abhängigkeit zum Hauptverein stehen sollten, sonst aber als selbständige Or-

[1]) Sielemann, a.a.O., S. 11.
[2]) Satzungen des V.D.Z.V., § 1
[3]) Sielemann, a.a.O., S. 12.
[4]) Dierichs, a.a.O., S. 100.

ganisationen in dem von ihnen umschlossenen Gebiet im Sinne des V.D.Z.V. zu wirken bestimmt waren, oder durch Anschluß schon bestehender lockerer Verbindungen unter den Verlegern eines bestimmten Gebietes an den V.D.Z.V. sollte die Arbeit gefördert und erleichtert werden. So entstanden die Kreisvereine, die sich über ganz Deutschland verteilen und deren Zahl sich auf 20 beläuft[5]). Ein solcher Kreisverein ist auch die Organisation des N.W.Z.V.V.

2. Die Stellung des N.W.Z.V.V. zum „Verein Deutscher Zeitungsverleger".

Als Kreisverein des V.D.Z.V. steht der N.W.Z.V.V. in einem gewissen Abhängigkeitsverhältnis zu jenem. Während der Hauptverein Fragen allgemeiner Bedeutung bearbeit und darüber beschließt, regelt der Kreisverein in der Hauptsache Verhältnisse und spezielle Probleme, die sich innerhalb seines Gebietes ergeben. Der Kreisverein beteiligt sich aber auch direkt und indirekt an den Arbeiten des Hauptvereins und bindet sich an die von ihm gefaßten Beschlüsse und gegebenen Richtlinien. Er ist also teils selbständiges, teils vermittelndes und ausführendes Organ einer übergeordneten zentralen Stelle.

Innerhalb des N.W.Z.V.V. herrscht eine noch weitergehende Arbeitsteilung durch Bildung von Bezirksausschüssen[6]) und örtlichen Verlegervereinigungen, wodurch Fragen mit kleinerem oder lokalem Interessenkreis eine raschere und leichtere Erledigung finden.

Eine festere Bindung mit dem V.D.Z.V. wurde durch einen Beschluß des Hauptvereins erreicht, der am 1. April 1928 in Kraft trat und der bestimmte, daß alle Mitglieder der Kreisvereine gleichzeitig auch Mitglied des Hauptvereins sein sollten, und umgekehrt[7]). Die Durchführung dieses Beschlusses erforderte eine wesentliche Arbeit; dennoch konnte der N.W.Z.V.V. Ende 1929 feststellen, daß inzwischen seine sämtlichen Mitglieder dem V.D.Z.V. angehörten[8]).

[5]) Vgl Zeitungs-Verlag, Nr. 25, Jahrg. 1926, Sp. 1391.
[6]) Vgl. o. I. Teil, 3. Kap., 3. Abschn.
[7]) Vgl. das Rundschreiben des N. W. Z. V. V. vom 14. 3 1928.
[8]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 29. 10 1929, S. 18.

2. Kapitel

Der „Deutsche Buchdrucker-Verein“ (D.B.V.)

1. Entstehung, Organisation und Zweck des „Deutschen Buchdrucker-Vereins“.

Im Jahre 1869 wurde der „Deutsche Buchdrucker-Verein“ (D.B.V.) als Gegengewicht gegen die im „Verband der Deutschen Buchdrucker“ straff organisierten Druckereigehilfen gegründet[1]). Zu seinen Mitgliedern zählt der Verein sowohl viele Zeitungsverleger als auch die Unternehmer anderer und ähnlicher Druckereibetriebe. 1873 schloß der D.B.V. mit dem Druckereigehilfenverband einen Tarifvertrag ab, der 1896 erneuert, seit der Zeit als Grundlage bei sämtlichen zwischen den beiden Verbänden geführten Verhandlungen über Lohnfragen zu dienen bestimmt ist[2]).

Zur Erzielung einer größeren Beweglichkeit bei der Durchführung seiner Beschlüsse und unter Berücksichtigung der lokalen Verhältnisse wurden Kreisvereine gebildet, von denen 1919 9 mit ungefähr 5000 Mitgliedern bestanden[3]).

Um den Interessen der Zeitungsverleger in weitestem Maße entgegenzukommen, bildete der D.B.V. um die Jahrhundertwende den „Zentralausschuß für das Zeitungswesen“[4]), in dem alle Zeitungsverleger zusammengeschlossen waren und dessen Zielsetzung dahin ging, durch seine Arbeit das Inseraten- und Abonnementswesen maßgebend zu beeinflussen und auch die Machtstellung der Annoncen-Expeditionen zu schwächen.

Der V.D.Z.V., der durch diese Maßnahmen seinen Aufgabenkreis durchbrochen sah, erreichte 1902 durch eine Abmachung mit dem D.B.V. die Abschaffung des Zentralausschusses und eine Abgrenzung der beiderseitigen Ziele dahingehend, daß dem D.B.V. alle buchtechnischen und das Buchdruckgewerbe direkt betreffenden Fragen, dem V.D.Z.V. aber alle Fragen des

[1]) W. Kisky, Rheinland und Westfalen im Deutschen Buchdruckerverein, Köln, 1929, S. 1.

[2]) Kisky, a.a.O., S. 20—21 und 84ff

[3]) Vgl. Sielemann, a.a.O., S. 9.

[4]) Sielemann, a.a.O., S. 10

Zeitungsgewerbes und des Zeitungsmarktes überlassen blieben[5]). Der D.B.V. verlor dadurch das unmittelbare Interesse der Zeitungsverleger und wurde die spezielle Organisation der Buchdruckereibesitzer.

2. Die Verbindung zwischen D.B.V. und V.D.Z.V.

Eine Verbindung zwischen dem D.B.V. einerseits und dem V.D.Z.V. (bzw. N.W.Z.V.V.) anderseits besteht darin, daß ein großer Teil der Zeitungsverleger gleichzeitig auch Mitglied des D.B.V. ist, um in ihrer Stellung als Arbeitgeber in dieser Organisation einen Rückhalt zu finden. Der N.W.Z.V.V. empfiehlt sogar seinen Mitgliedern den Beitritt zum D.B.V. dringend unter dem Hinweis, daß neben einer vertraglichen Verpflichtung des Vereins gegenüber dem D.B.V., seinen Mitgliedern den Eintritt in diese Organisation zu empfehlen, die Lage der betreffenden Zeitungsverleger, die nicht D.B.V.-Mitglied sind, bei Streitfällen mit der Gehilfenschaft stark benachteiligt seien, da die Vertragsbestimmungen über die tariflichen Schiedsinstanzen nur auf D.B.V.-Mitglieder Anwendung fänden[6]).

Durch das Zusammenarbeiten des D.B.V. mit dem „Arbeitgeberverband für das Deutsche Zeitungsgewerbe“[7]) und durch die enge Bindung des letzteren mit dem N.W.Z.V.V. (bzw. V.D.Z.V.) entsteht noch ein weiterer innerer Zusammenhang zwischen den beiden Organisationen der Buchdruckereibesitzer und Zeitungsverleger, der im nächsten Kapitel deutlicher dargelegt werden wird.

3. Kapitel

Der „Arbeitgeberverband für das Deutsche Zeitungsgewerbe“ (Agez) und sein Landesverband Niederrhein-Westfalen

1. Gründung, Organisation und Abgrenzung des Arbeitsgebietes des „Agez“.

Der „Arbeitgeberverband für das Deutsche Zeitungsgewerbe“ (Agez) wurde 1921 mit dem Sitz in Frankfurt a. M. vom V.D.Z.V. unter dem Druck der besonderen wirtschaftlichen Verhältnisse der Inflationszeit gegründet. Bis dahin hatte der D.B.V. auf der Grund-

[5]) Sielemann, a.a.O., S. 10, und Kisky, a.a.O., S. 127.
[6]) Vgl. Rundschreiben des N.W.Z.V.V. vom 12. 3. 1928.
[7]) Vgl. u. III. Teil 3. Kap.

lage des Abkommens mit dem „Verband der Deutschen Buchdrucker“ (1873) sämtliche Lohnfragen und Streitigkeiten mit der Gehilfenschaft auch zur Zufriedenheit der Zeitungsverleger gelöst und geschlichtet[1]). Wie Sielemann[2]) hervorhebt, hätten die mit der fortschreitenden Geldentwertung zunehmenden Lohnstreiks im Buchdruckgewerbe eine Sonderregelung der Beziehungen zwischen Zeitungsverleger und Gehilfenschaft notwendig gemacht, da das Zeitungsgewerbe an einen dauernden und regelmäßigen Produktionsbetrieb mehr gebunden sei als das Buchdruckgewerbe.

Um die Streiks und die dadurch bewirkte Stockung und schädliche Störung des Zeitungsbetriebes möglichst auf ein Minimum herunterzudrücken, und um dem auf gewerkschaftlicher Basis aufgebauten „Reichsverband der Deutschen Presse“[3]), in dem die Redakteure zusammengeschlossen sind, eine geschlossene Front der Arbeitgeber entgegensetzen zu können, entschloß sich der V.D.Z.V., zur Sonderregelung der Verhältnisse im Zeitungsgewerbe eine besondere Organisation zu schaffen, welche die Interessen der Verlegerschaft wirksam vertrat.

So entstand der „Agez“, der in weitere nach Bezirken gegliederte Unterorganisationen aufgeteilt ist und der nun sämtliche Tarifverhandlungen und -abschlüsse mit allen im Zeitungsbetrieb angestellten Personen führt und tätigt. Durch den Agez werden also sowohl die Lohnfragen der Arbeiter und Gehilfenschaft als auch der Angestellten und Redakteure geregelt.

Der „Agez“ bestand zunächst als selbständige Organisation, ohne einem Verband ähnlicher Natur untergeordnet zu sein. 1924 trat dann insofern eine wichtige organisatorische Aenderung ein, als der V.D.Z.V. am 31. August auf seiner Tagung in Kassel den Beschluß faßte, daß alle Mitglieder des V.D.Z.V. und alle Mitglieder seiner Kreisvereine, sofern nicht ausdrücklich Ausnahmen durch den Vorstand zugestanden werden, dem „Agez“ angehören sollten[4]). Durch diesen Beschluß wurde organisatorisch die Möglichkeit geschaffen, die Arbeitgeberpolitik des deutschen Zeitungsgewerbes auf eine möglichst breite Grundlage zu stellen.

Dem Landesverband Niederrheinland-Westfalen des „Agez“ gehören also in Verfolg dieses Beschlusses alle Mitglieder des N.W.Z.V.V. an.

---

[1]) Sielemann, a. a. O., S. 15.
[2]) Ebendort, S. 15.
[3]) Vgl. C Freund, Die Berufsvereine und der Journalismus, (Schriften des Vereins für Sozialpolitik, Bd. 152, Kap.: Die geistigen Arbeiter.) Leipzig 1922.
[4]) Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 13. 6. 1925, S. 3.

2. Die Tarifpolitik des „Agez".

a) Regelung der Tariffragen mit den im Zeitungsgewerbe beschäftigten Arbeitern und Gehilfen.

Hinsichtlich der Tarifpolitik gegenüber den Arbeitern und der Gehilfenschaft arbeiten seit 1925 der D.B.V. und der „Agez" auf Grund eines neuen Abkommens wieder zusammen[5]), um der einheitlichen Front der Arbeitnehmer eine ebensolche der Arbeitgeber entgegensetzen zu können. Das Abkommen ist paritätisch aufgebaut, sodaß bei weittragenden Entscheidungen die Vertreter des einen Gewerbes nicht ohne weiteres durch die des anderen übervorteilt werden können. Ein paritätisch zusammengesetzter „besonderer Ausschuß" hat bei grundsätzlichen Fragen der Arbeitgeber- und der Lohnpolitik, sowie bei der Schlichtung von Meinungsverschiedenheiten zwischen Vertretern der beiden Verbände die letzte Entscheidung[6]). Auch die Leitung bei der Abwehr von Streiks liegt in den Händen dieses Ausschusses.

Ein von beiden Verbänden eingesetztes „Sonderschiedsgericht"[7]), das paritätisch von Buchdruckern und Zeitungsverlegern besetzt ist, hat die Aufgabe, bei Zuwiderhandlungen der Verbandsmitglieder gegen gefaßte Beschlüsse einzuschreiten und die betreffenden Mitglieder zu bestrafen. (Geldstrafen und Ausschluß aus dem Verband.)

Um die Zusammenarbeit zwischen den Unterorganisationen des D.B.V. und des „Agez" zu fördern und zu stützen, sind regionale und örtliche „Schutzkartelle"[8]) gebildet worden, die auf strenger paritätischer Grundlage zwischen Zeitungsverlegern und Buchdruckern aufgebaut sind. Im Bezirk des N.W.Z.V.V., bzw. des Landesverbandes Niederrhein-Westfalen des „Agez" wurde hiermit bereits Anfang 1925 begonnen[9]), und im Laufe der Zeit erfuhren diese Schutzkartelle eine weitgehende Ausdehnung über das ganze Gebiet.

b) Die Regelung der Angestelltenfragen[10]).

Die tarifliche Regelung der Angestelltenfragen im Zeitungsgewerbe wird vom „Agez" gesondert ohne Zusammenarbeit mit dem D.B.V.

---

[5]) Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 13. 6. 1925, S. 4.
[6]) Mitteilungen vom 13. 6. 1925, S. 4.
[7]) Sielemann, a.a.O., S. 16.
[8]) Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 13. 6. 1925, S. 4.
[9]) Ebendort, S. 4.
[10]) Vgl. zu diesem Abschnitt Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 13. 6. 1925, S. 4, ferner Akten der Geschäftsstelle: Gruppe A, Nr. 19 und Gruppe B, Nr. 50.

getroffen. Da für das Deutsche Reich kein einheitliches Tarifwerk für die Angestellten besteht, haben, soweit überhaupt im Zeitungsgewerbe tarifliche Abmachungen zwischen Verlegern und Angestellten getroffen werden, die etwa getroffenen Tarifabschlüsse nur Geltung für einzelne Bezirke oder Großstädte.

Nach dem Kriege wurden die Tarife nach einem bestimmt ausgearbeiteten System gestaffelt, aber man kam nach der Stabilisierung der deutschen Währung wieder von dieser Einrichtung ab und verzichtete besonders unter Zustimmung der Angestelltenorganisationen auf die Tarifierung der höher bezahlten, qualifizierten Kräfte. Man vereinbarte soziale Mindestsätze für die mit schematischen Arbeiten beschäftigten Personen (Stenotypisten, Registratoren etc.), und zum Teil ließ man die Tarife auch ganz fallen, weil man eingesehen hatte, daß die Gehälter der kaufmännischen Angestellten am vorteilhaftesten nach Qualität und Leistung der Arbeit zu bemessen seien. So ging man schon im Frühjahr 1924 auch in Niederrheinland und Westfalen dazu über, die Arbeitsverhältnisse der Angestellten im Zeitungsgewerbe nach dem vor dem Krieg allgemein üblichen System der Einzelverträge zu regeln.

Die Tarife der Zeitungsträger und Boten werden durch Vereinbarungen des „Agez" mit dem „Deutschen Verkehrsbund" abgeschlossen, der die Interessen des Trägerpersonals wahrnimmt.

c) Regelung der Beziehungen zwischen Redakteuren und Verlegern und die Schaffung der „Reichsarbeitsgemeinschaft der Deutschen Presse".

Die Tarifierung der Redakteurgehälter widerspricht an sich der allgemein üblichen Auffassung, daß eine schematische Gehaltsfestsetzung für geistige Arbeiter nicht angängig sei, und daß die Anstellungsbedingungen der Redakteure nur durch Einzelverträge geregelt werden könnten. Trotzdem wurden in der Nachkriegszeit bezirksweise Tarifverträge zwischen dem „Agez" und der Redakteurorganisation, dem „Reichsverband der Deutschen Presse", abgeschlossen[11]), obwohl man auch in Redakteurkreisen über diese Regelung des Arbeitsverhältnisses geteilter Meinung war. Eine grundlegende Festlegung der Beziehungen zwischen Verlegern und Redakteuren wurde durch die am 25. April 1922 in Berlin von dem „Reichsverband der Deutschen Presse" gemeinsam mit dem „Agez"

[11]) Vgl. Mitteilungen des N.W.Z V.V. vom 13. 6. 1925, S. 4—5.

gebildete „Reichsarbeitsgemeinschaft der Deutschen Presse" erzielt[12]).

Im Anschluß an diese Gründung schlossen sich auch im niederrheinisch-westfälischen Bezirk die dortigen Unterorganisationen, der dem N.W.Z.V.V. angeschlossene Landesverband Niederrheinland-Westfalen des „Agez" und der „Verband der Rheinisch-Westfälischen Presse", zu einer Arbeitsgemeinschaft im Kreisverein zusammen. (Arbeitsgemeinschaft der Niederrheinisch-Westfälischen Presse.) Nach anfänglich mißlungenen Versuchen wurde diese Vereinigung am 8. Dezember 1925 neu gegründet und folgende einstimmig gefaßte Entschließung angenommen:

„Zwischen den Vertretern des N.W.Z.V.V. und des Verbandes der Rheinisch-Westfälischen Presse ist am 8. Dezember 1925 in Bochum im Anschluß an die Satzung der Reichsarbeitsgemeinschaft der Deutschen Presse eine Arbeitsgemeinschaft für den Bezirk des N.W.Z.V.V. gegründet worden. Die Arbeitsgemeinschaft soll die „»vom allgemeinen Vertrauen getragene Körperschaft sein, die das berechtigte Eigenleben der Presse in Staat und Gesellschaft sichert«" und die dahin wirkt, daß sich Verleger und Journalisten bei ihrem Tun und Lassen der hohen öffentlichen Aufgaben der Presse und der Pflichten, die daraus für sie erwachsen, bewußt bleiben und allen Verstößen dagegen nach Kräften entgegenarbeiten. Ihre Aufgabe ist die Wahrnehmung und Vertretung der Interessen der Presse in der Oeffentlichkeit und die Durchführung der von der Reichsarbeitsgemeinschaft aufgestellten Richtlinien und Beschlüsse. Die Bezirksarbeitsgemeinschaft empfiehlt die Schaffung örtlicher Arbeitsgemeinschaften"[13]).

Um der Bedeutung dieses Zusammenschlusses auch nach außen hin einen wirkungsvollen und eindringlichen Ausdruck zu verleihen, veranstalteten die in der „Arbeitsgemeinschaft der Niederrheinisch-Westfälischen Presse" vereinigten Verleger und Redakteure am 21. Mai 1927 in Bochum eine große Kundgebung[14]), bei der eine große Zahl führender Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Kunst und Literatur zugegen war. Diese Tagung der Arbeitsgemeinschaft, in der sich die Presse aller politischen Parteien, von der äußersten Rechten bis zur Sozialdemokratie, vereinigt, sollte zugleich ein Be-

[12]) Vgl. Das Vertragswerk der Reichsarbeitsgemeinschaft der Deutschen Presse, Berlin 1926.

[13]) Vgl. Mitteilungen des N. W. Z. V. V. vom 30. 1. 1926, S. 7

[14]) Mitteilungen vom 27. 8. 1927, S. 2—3 und Rundschreiben des Vereins vom 6. 5. 1927 (Mappe: Rundschreiben, angefangen: 1. 4. 1926, beendet: 15. 3. 1928.)

weis dafür sein, daß die deutschen Zeitungen sich bei aller Gegensätzlichkeit der Anschauungen doch ihrer eigentlichen Aufgabe bewußt bleiben, daß sie nämlich im Grunde nach ein und demselben Ziele, wenn auch auf verschiedenen Wegen, streben: Dienerinnen und Bildnerinnen des Volkes zu sein. — Seither hat die Arbeitsgemeinschaft der Niederrheinisch-Westfälischen Presse viel fruchtbringende Arbeit geleistet.

Die Gültigkeitsdauer der „Reichsarbeitsgemeinschaft der Deutschen Presse" wurde am 9. Januar 1926 auf rund zehn Jahre bis zum 31. Dezember 1935 verlängert[15]). Gleichzeitig wurde auf dieser Tagung das von langer Hand vorbereitete „Vertragswerk"[16]) angenommen und unterzeichnet. Am 23. Januar 1926 trat dieses „Vertragswerk" in Kraft und gilt bis zum 31. Dezember 1935. In diesem „Vertragswerk" werden zunächst die Gehaltsfragen der Redakteure durch einen Tarifvertrag geregelt, wobei unterschiedliche Staffelungen der Gehälter von Chefredakteuren, Ressortredakteuren, Redakteuren und Hilfsredakteuren vorgenommen wurden.

Die Anstellung der Redakteure erfolgt auf Grund eines im „Vertragswerk" festgelegten Normaldienstvertrages, der im wesentlichen folgende Punkte enthält:

1. Bezirk des Arbeitsgebietes.
2. Richtung der Zeitung und etwa hierüber zu treffende Vereinbarungen.
3. Die Zeit des Vertragsbeginnes.
4. Vereinbarungen über den Urlaub.

Weiter werden im Normaldienstvertrag noch folgende Punkte festgelegt:

1. Der Redakteur bezieht ein festes Gehalt.
2. Vertragsbezüge sind vom Vertragsbeginn ab zu zahlen.
3. Nachträgliche Zahlungen haben spätestens am Ultimo stattzufinden.
4. a) Der Redakteur hat Anspruch auf Ersatz von Dienstausgaben (und etwa hierüber zu bestimmende besondere Vereinbarungen).
   b) Der Redakteur kann in mehreren Verlagen desselben Unternehmens arbeiten.

[15]) Sielemann, a.a.O., S. 15.

[16]) Das „Vertragswerk" der Reichsarbeitsgemeinschaft der Deutschen Presse. Berlin 1926.

5. Anderweitige Arbeit darf er nur mit besonderer Genehmigung verrichten, anderweitige Verwendung von Nachrichtenmaterial ist unzulässig.
6. Beim Tode des Redakteurs zahlt der Verlag mindestens vier Monate an die Hinterbliebenen das Gehalt weiter.
7. Dem Redakteur steht eine ununterbrochene Ruhezeit von 24 Stunden in der Woche zu. Ausnahmen sind zugelassen.
8. a) Urlaubsbestimmungen:
   2 Wochen im ersten Jahr nach 6 Monat Arbeit,
   3 Wochen im 2. und 3. Jahr,
   dann 4 Wochen im Jahr.

   b) Kündigung:
   Die Kündigungsfrist beträgt 6 Wochen und kann nur jeweils am Ende eines Kalendervierteljahres ausgesprochen werden. Nach drei Dienstjahren beträgt die Kündigungsfrist 3 Monate, nach 10 Dienstjahren beträgt die Kündigungsfrist 6 Monate.
9. Streitigkeiten über Ansprüche, die sich aus dem Dienstverhältnis ergeben, werden unter Ausschluß des ordentlichen Rechtsweges durch das Schiedsgericht des „Agez" und des „Reichsverbandes der Deutschen Presse" erledigt.

Zum Schluß enthält das „Vertragswerk" Bestimmungen über eine zu errichtende „Versorgungsanstalt der Reichsarbeitsgemeinschaft der Deutschen Presse, G. m. b. H." Auf Grund des Artikels VII des Tarifvertrages und des § 11 des Normaldienstvertrages vom 9. 1. 1929 sind alle Redakteure bei der Versorgungsanstalt pflichtversichert. Der Verlag ist verpflichtet, seine Redakteure vom Tag des Vertragsabschlusses ab bei der Versorgungsanstalt anzumelden und die Versicherungsprämien, die je zur Hälfte von Redakteur und Verleger aufgebracht werden, an die Anstalt abzuführen. Der Redakteur hat einen Rechtsanspruch auf Erfüllung dieser Verpflichtung des Verlages. Die Leistungen der Versicherung bestehen aus:

1. der Altersversicherung, und zwar
   a) Kapitalversicherung. Mit Ablauf des 65. Lebensjahres wird ein bestimmtes Kapital an den Versicherten ausgezahlt, dessen Höhe sich aus dem Eintrittsalter und dem gezahlten Gehalt ergibt.
   b) Pensionsversicherung. Mit demselben Alter erhält der Versicherte eine Pension, die etwa bei einem Eintrittsalter von 25 Jahren 38 Prozent des zuletzt bezogenen Gehaltes be-

tragen wird. Bei späterem Eintrittsalter findet eine entsprechende Ermäßigung statt.

2. der Versicherung gegen Arbeitsunfähigkeit. Bei eintretender Berufsunfähigkeit wird eine Pension bezahlt.
3. der Hinterbliebenenversicherung. Die Witwen und minderjährigen Kinder erhalten beim Tode des Versicherten eine Rente ausbezahlt.

Außerdem wurde bei der Versorgungsanstalt ein Fonds zur Unterstützung von bereits aus der Tätigkeit ausgeschiedenen Redakteuren gegründet, die dadurch nicht mehr auf Grund des Normaldienstvertrages versichert werden konnten, und die eine 20jährige Tätigkeit im Sinne des Normaldienstvertrages nachweisen können.

Es ist zu hoffen, daß die „Reichsarbeitsgemeinschaft der Deutschen Presse" auch weiterhin getreu ihrem Grundsatz ein gedeihliches Zusammenarbeiten von Verlegern und Redakteuren ermöglicht.

Anhang

Satzungen des „Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins“

§ 1.

Name, Sitz und Vereinsgebiet.

Das Gebiet des Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins, Kreisverein des Vereins Deutscher Zeitungsverleger, umfaßt den Niederrhein östlich und nördlich von Düsseldorf, den ganzen Industriebezirk, die ganze Provinz Westfalen (ausgenommen ist Schwelm und Gevelsberg und das Siegerland), Lippe-Detmold und Schaumburg-Lippe.

Der Verein hat seinen Sitz am Wohnort des jeweiligen Vorsitzenden und führt den Namen:

Niederrheinisch-Westfälischer Zeitungsverleger-Verein
(Kreisverein des Vereins Deutscher Zeitungsverleger).

Zur nachdrücklichen Durchführung seiner Aufgaben gründet der Verein in sämtlichen Bezirken Kreisgruppen, die Unterabteilungen des Kreisvereins sind und nach besonderen, vom Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Verein erlassenen einheitlichen Satzungen geleitet werden.

§ 2.

Zweck des Vereins.

Der Verein bezweckt die gemeinsame Vertretung der beruflichen und Standesinteressen seiner Mitglieder.

§ 3.

Bekanntmachungen.

Als amtliches Organ des Kreisvereins dient die vom Hauptverein herausgegebene Zeitschrift „Der Zeitungsverlag“, in der alle amtlichen Bekanntmachungen des Kreisvereins erfolgen müssen. Die Aufnahme dieser amtlichen Anzeigen erfolgt kostenlos.

§ 4.

Mitglieder.

Mitglieder des Vereins können Verleger und Herausgeber sowie handelsgerichtlich bevollmächtigte Leiter von im Vereinsgebiet erschei-

nenden Zeitungen und Zeitschriften, mit Ausnahme von Fachblättern, werden. Über die Aufnahme entscheidet der Vorstand.

Vorschläge zur Aufnahme von Mitgliedern sind entweder unmittelbar oder durch Vereinsmitglieder an den Vorstand zu richten.
Im Falle der Ablehnung ist der in Frage kommende Angemeldete davon ohne nähere Grundangabe zu unterrichten.

§ 5.

Beiträge.

Der Jahresbeitrag besteht:

1. aus einer Grundgebühr von 10,— Mark; diese Grundgebühr ist von den Mitgliedern des Hauptvereins nicht zu zahlen.
2. Für jedes Vereinsjahr werden von allen Mitgliedern zur Deckung der Vereinsausgaben Beiträge nach folgenden Grundsätzen erhoben:

   Unter Zugrundelegung des für die Herstellung von Zeitungen und ihrer regelmäßigen Beilagen im abgelaufenen Kalenderjahr erforderlich gewesenen Papieres werden 14 Abteilungen mit den beigefügten Einheitssätzen gebildet:

Abt.	Verbrauchte Papiermenge im Kalenderjahr	Beitragseinheitssatz
1.	bis 5 000 kg einschließlich	1 Mark
2.	mehr als 5 000 kg bis einschl. 10 000 kg	2 „
3.	„ „ 10 000 „ „ „ 15 000 „	4 „
4.	„ „ 15 000 „ „ „ 20 000 „	6 „
5.	„ „ 20 000 „ „ „ 30 000 „	9 „
6.	„ „ 30 000 „ „ „ 50 000 „	13 „
7.	„ „ 50 000 „ „ „ 100 000 „	18 „
8.	„ „ 100 000 „ „ „ 150 000 „	24 „
9.	„ „ 150 000 „ „ „ 200 000 „	32 „
10.	„ „ 200 000 „ „ „ 300 000 „	40 „
11.	„ „ 300 000 „ „ „ 500 000 „	50 „
12.	„ „ 500 000 „ „ „ 1 000 000 „	55 „
13.	„ „ 1 000 000 „ „ „ 2 000 000 „	60 „
14.	„ „ 2 000 000 „ „ „ 5 000 000 „	65 „

Die Einheitssätze werden sovielmal erhoben, als es zur Deckung des Wirtschaftsvoranschlages notwendig ist. Bei der Berechnung der Höhe des Druckpapierverbrauches sind die sämtlichen im Verlage eines Mitgliedes erscheinenden Tageszeitungen, sowie die für selbst gedruckte Unterhaltungsblätter, technische, landwirtschaftliche und andere Beilagen erforderlichen Mengen in Ansatz zu bringen.

Die Mitglieder haben dem Rechner (Kassenführer) auf Aufforderung die Abteilung, in die ihr Papierverbrauch fällt, anzugeben. Geht die Mitteilung nicht binnen 4 Wochen nach der Aufforderung ein, so wird die Abteilung vom Rechner schätzungsweise bestimmt. Gegen die Einschätzung steht den Mitgliedern Einspruch an den Vorstand zu, dessen Entscheidung endgültig ist.

Im Laufe eines Geschäftsjahres beitretende Mitglieder haben bei ihrer Aufnahme den vollen Jahresbeitrag zu zahlen.

Das Geschäftsjahr läuft vom 1. April bis zum 31. März.

§ 6.

Verlust der Mitgliedschaft.

Der Verlust der Mitgliedschaft tritt ein:

1. durch freiwilligen Austritt, der nur zum Schluß eines Geschäftsjahres erfolgen kann und der dem Vorsitzenden spätestens 3 Monate vorher anzuzeigen ist. Der Vorstand hat das Recht, in besonderen Fällen auf Antrag von dieser Frist zu entbinden,
2. durch Eröffnung des Konkurses oder Verlust der bürgerlichen Ehrenrechte,
3. durch den Tod eines Mitgliedes,
4. durch Verkauf oder Aufgabe des Geschäfts,
5. durch Ausschluß durch die Hauptversammlung als Ehrenrat.

Der Ausschluß geschieht auf Antrag des Vorstandes durch die Hauptversammlung.

Der Ausschluß kann erfolgen:

1. wegen beharrlicher Zuwiderhandlung gegen die Vereinszwecke oder Vereinsbeschlüsse, sowie wegen gröblicher Schädigung der Vereinsinteressen,
2. wegen Nichtzahlung der Vereinsbeiträge innerhalb eines halben Jahres nach wiederholter Aufforderung,
3. wegen unehrenhaften Verhaltens.

Für den Ausschluß ist eine Mehrheit von ¾ der abstimmenden Vereinsmitglieder erforderlich. Die Abstimmung kann auch auf schriftlichem Wege geschehen.

Die Beendigung der Mitgliedschaft hat auf die Verpflichtung zur Zahlung der für das laufende Geschäftsjahr fälligen Beiträge keinen Einfluß.

§ 7.

Organe des Vereins.

Vereinsorgane sind:

1. der Vorsitzende,
2. der Vorstand,
3. die Rechnungsprüfer,
4. die Hauptversammlung,
5. der Ehrenrat und das Schiedsgericht,
6. die etwa durch Beschluß der Mitgliederversammlung zu bildenden Fachausschüsse.

§ 8.

Vorstand.

Der Vorstand besteht aus dem Vorsitzenden, dessen Stellvertreter und mindestens 10 Beisitzern, ferner den jeweiligen Vorsitzenden der Kreisgruppen, soweit sie nicht dem Vorstande schon durch Wahl der Hauptversammlung angehören.

Alljährlich findet die Neuwahl des Vorstandes statt. Die Hauptversammlung wählt den Vorsitzenden besonders, die übrigen Vorstandsmitglieder gemeinsam in einem Wahlgange.

Die Besetzung der Aemter innerhalb des Vorstandes bestimmt der Vorstand.

Der Vorstand besorgt die laufenden Geschäfte des Vereins. Insbesondere liegt dem Vorstande ob:

1. die Aufnahme neuer Mitglieder,
2. die Berufung der Versammlungen,
3. die Erstattung des Jahresberichtes an die Hauptversammlung,
4. die Schlichtung von Streitigkeiten auf Anrufen.

§ 9.

Den Vorstands- und Ausschußmitgliedern werden ihre Auslagen für Eisenbahnfahrten, die sie in Vereinsangelegenheiten unternehmen, vergütet, und zwar Hin- und Rückfahrt II. Klasse, ebenso erhalten sie ihre baren Auslagen erstattet. Den Kreisgruppenvorsitzenden werden ihre Fahrtauslagen ausnahmslos von den Kreisgruppen erstattet.

Die Fahrtvergütung an die Vorstands- und Ausschußmitglieder erfolgt nur dann, wenn eine besondere Sitzung stattfindet.

§ 10.

Der Vorstand kann bei geeigneten Anlässen schriftliche Abstimmung der Vereinsmitglieder veranlassen. Die Stimmzettel sind innerhalb der vom Vorsitzenden gestellten Frist, die nicht kürzer als 8 Tage sein darf, einzusenden.

§ 11.

Der Vorsitzende, bei dessen Verhinderung der stellvertretende Vorsitzende, zeichnet für den Verein und vertritt diesen gerichtlich und außergerichtlich.

Der Schriftführer fertigt die Niederschriften über die Sitzungen des Vorstandes und über die Hauptversammlungen des Vereins an, sofern hierfür nicht eine besondere Kraft bestimmt wird.

Der Kassenführer hat die Rechnungs-, Buch- und Kassenführung des Vereins zu besorgen. Ueber die Anlage überschüssiger Kassenbestände in mündelsicheren Papieren und deren Aufbewahrung beschließt der Vorstand.

Dem Vorstande steht das Recht der Zuwahl innerhalb des Geschäftsjahres zu.

Zu Vorstandsmitgliedern sind nur Mitglieder des Vereins Deutscher Zeitungsverleger wählbar.

§ 12.

Die Vorsitzenden der Fachausschüsse haben das Recht, sofern sie nicht durch eine Wahl in der Mitgliederversammlung dem Vorstande bereits angehören, an den Vorstandssitzungen mit beratender Stimme teilzunehmen und sind zu denselben vom Vorsitzenden einzuladen.

§ 13.

Hauptversammlung.

Die ordentliche Hauptversammlung findet im 1. Vierteljahr des Geschäftsjahres statt und wird vom Vorsitzenden einberufen.

Jede Hauptversammlung, zu der durch besonderes Schreiben eingeladen worden ist, ist ohne Rücksicht auf die Zahl der anwesenden stimmberechtigten Mitglieder beschlußfähig.

Zur Einberufung einer außerordentlichen Hauptversammlung ist der Vorstand verpflichtet, wenn dies von mindestens 10 Mitgliedern unter Angabe des Zwecks und der Gründe schriftlich beantragt wird. Eine Vertretung des nicht persönlich erschienenen Mitglieds auf der Hauptversammlung (insbesondere mit der Befugnis zu stimmen),

kann nur durch einen Mitinhaber der Firma oder einen Beamten der betreffenden Zeitung erfolgen, der sich als Vertreter des Mitglieds auszuweisen hat. Durch andere Personen kann irgendwelche Vertretung nicht ausgeübt werden.

Der Hauptversammlung liegt insbesondere ob:

1. die Wahl des Vereinsvorstandes, der beiden Kassenprüfer, von 3 Mitgliedern des Ehrengerichts und der etwaigen Fachausschüsse,
2. die Prüfung der Jahresrechnung und Entlastung des Vorstandes,
3. die Beschlußfassung über alle Anträge, die satzungsgemäß und rechtzeitig an die Hauptversammlung gebracht werden. Eine Beschlußfassung über Anträge, die nicht auf der Tagesordnung stehen, kann nur dann erfolgen, wenn sich ¾ der anwesenden Stimmen dafür erklären,
4. die Entscheidung über etwaige Beschwerden gegen den Vorstand,
5. die Abänderung der Satzungen,
6. die Entscheidung über Auflösung des Vereins,
7. die Bestimmung des Ortes der nächsten ordentlichen Hauptversammlung.

Die Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit gefaßt und durch den Versammlungsleiter und einen Beisitzer beurkundet.

§ 14.

Ehrenrat und Schiedsgericht.

Ehrenrat und Schiedsgericht bestehen aus 7 Mitgliedern, von welchen 4 vom Vorstande und 3 von der Hauptversammlung gewählt werden.

§ 15.

Der Ehrenrat hat für nachdrückliche Wahrung der Standesehre der Vereinsmitglieder zu sorgen und hat einzuschreiten, wenn ihm Verletzungen der Standesehre, Streitigkeiten zwischen Mitgliedern oder Nichteinhaltung eingegangener Vereinbarungen seitens der Vereinsmitglieder bekannt werden. Die Mitglieder des Vereins sind bei aller Freiheit der Kritik insbesondere verpflichtet, in ihren Zeitungen formale Beleidigungen und persönliche Beschimpfungen der angeschlossenen Verlage und deren Verleger zu unterlassen.

§ 16.

Der Ehrenrat gibt sich seine Geschäftsordnung selbst; dieselbe bedarf jedoch der Genehmigung des Vorstandes.

Der Ehrenrat bildet das freiwillige Standesgericht des Verlegervereins; infolgedessen ist er berufen, von sich aus Klage zu erheben, wenn angenommen wird, daß die Interessen des Verlegervereins durch Mitglieder geschädigt sind. Eingegangene Klagen sind spätestens innerhalb Monatsfrist zu verhandeln. In dringlichen Fällen ist spätestens in 7 Tagen eine Entscheidung zu treffen. Der Ehrenrat gilt zugleich als Schlichtungsinstanz, dem jede auftretende Beschwerde bei unkollegialem Verhalten vorzutragen ist. In dringenden Fällen kann durch den Vorsitzenden des Ehrenrates innerhalb 48 Stunden ein vorläufiges Urteil gegeben werden, vorbehaltlich der nachträglichen Genehmigung durch das Schiedsgericht.

Der Ehrenrat kann auf Verwarnung, Unterlassung, Veröffentlichung oder Geldbuße zugunsten des Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins entscheiden. Ferner kann er bei dem Vorstand des Vereins den Antrag auf Ausschluß aus dem Verein stellen.

§ 17.

Die Entscheidung des Ehrenrats und des Schiedsgerichtes ist den Parteien schriftlich zuzustellen.

§ 18.

Jedes Mitglied überweist unentgeltlich der Geschäftsstelle des Kreisvereins eine Nummer seiner Zeitung.

§ 19.

Auflösung des Vereins.

Zur Auflösung des Vereins ist die Anwesenheit der Hälfte sämtlicher Vereinsmitglieder erforderlich, und die betreffenden Beschlüsse müssen mit ⅔ Mehrheit gefaßt werden. Sollte die Versammlung nicht beschlußfähig sein, so ist eine zweite Versammlung nach Ablauf von 4 Wochen einzuberufen, die unter allen Umständen beschlußfähig ist und dann mit ⅔ Mehrheit entscheidet. Bei Auflösung des Vereins fällt das vorhandene Vereinsvermögen an den Verein Deutscher Zeitungsverleger.

§ 20.

Der Verein ist in das Vereinsregister beim Amtsgericht Bochum eingetragen.

Bochum, den 5. Juli 1921.

gez. Otto Dierichs. W. Münstermann. Dr. Gustav Butz. W. Flügge. Julius Griebsch. L. Lensing. F. W. Rubens.

Hierdurch wird bescheinigt, daß der Niederrheinisch-Westfälische Zeitungsverleger-Verein zu Bochum heute in das Vereinsregister unter Nr. 153 eingetragen ist.

Bochum, den 24. April 1922.

Der Registerführer des Amtsgerichts

(Dienstsiegel.) gez. Finkner, Justizobersekretär.

Satzungsänderungen.

In den Mitteilungen des N.W.Z.V.V. vom 29. Oktober 1929 werden folgende Satzungsänderungen den Mitgliedern bekanntgegeben:

1. Es kann nur noch die Mitgliedschaft für den Verein Deutscher Zeitungsverleger und den Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Verein gemeinsam erworben werden. Es ist nicht mehr möglich, etwa die Mitgliedschaft in einer von beiden Organisationen gesondert zu behalten.

Diese Bestimmung ist natürlich auch für den Verlust der Mitgliedschaft von Bedeutung. Wer die Mitgliedschaft in einer von beiden Organisationen aufgibt oder verliert, muß damit auch auf seine Zugehörigkeit zu der anderen Organisation verzichten.

2. Ehrenrat. Die Entscheidungen des Ehren- und Schiedsgerichtes unseres Kreisvereins sind nicht mehr wie früher endgültig, sondern es ist gegen sie die Berufung an das Ehren- und Schiedsgericht des Vereins Deutscher Zeitungsverleger möglich. Diese Berufung kann von dem Beklagten und vom Vorsitzenden des Vereins Deutscher Zeitungsverleger eingelegt werden. Dadurch wird eine gewisse Vereinheitlichung in der Rechtsprechung der Ehren- und Schiedsgerichte gewährleistet.

Literatur-Verzeichnis

Batz, W.: Artikel „Der Konkurrenzkampf im Zeitungsgewerbe“ (Mitteilungen des Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins, Jahrg. 1925, Nr. 4, Bochum).

Broschek, Oswald: Wesen, Organisation und Betrieb der großen deutschen Tageszeitungen, Hamburg 1919. (Diss. Kiel.)

Bücher, Karl: Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde. Tübingen 1926.

Buschmann, Hugo: Die deutsche Lokalpresse. Köln 1921. (Diss.)

David, I. I.: Die Zeitung. Frankfurt 1927.

Dierichs, Paul: Der Zeitungsmarkt in Deutschland, unter besonderer Berücksichtigung der Verhältnisse in Westfalen und am Niederrhein. Bochum 1928. (Diss. München.)

Dietz, Hermann: Das Zeitungswesen. Leipzig 1912.

Egloff, Helmut: Arbeits- und Berufsorganisation im deutschen Zeitungsgewerbe. Berlin 1927.

d'Ester, Karl: Das Zeitungswesen in Westfalen von den ersten Anfängen bis zum Jahre 1813. Münster 1907. (Diss.)

Feldhaus, E.: Das deutsche Zeitungswesen. Leipzig 1916.

Fink, Erwin: Die Abonnentenversicherung in Deutschland. Erlangen 1917. (Diss.)

Freund, Cajetan: Die Berufsvereine und der Journalismus (Schriften des Vereins für Sozialpolitik, Bd. 152, Kap.: Die geistigen Arbeiter). Leipzig 1922.

Gottlieb, Max: Weltkrieg und Zeitungswesen. Leipzig 1922. (Diss.)

Gremm, Alfred: Unternehmungsformen im Zeitungsgewerbe. Heidelberg 1922. (Diss.)

Groth, Otto: Die Zeitung. Mannheim, Berlin und Leipzig 1928. I. und II. Bd.

Groth, Otto: Artikel „Zeitungen“. (Handwörterb. d. Staatswiss. 4. Aufl., Ergänzungsband. Jena 1929.)

Groth, Otto: Die politische Presse Württembergs. Tübingen 1915. (Diss.)

Heilbron, Friedrich: Artikel „Presse“. (Politisches Handwörterb.) Leipzig 1923.

Heinrich, E. E. W.: Die Preisbildung der Zeitungsanzeige. Leipzig 1920. (Diss.)

Hoppe, A.: Zur Geschichte und Beurteilung der Papierzölle im Zolltarif von 1902. Stuttgart 1914. (Diss. München.)

Herrmann, W.: Artikel „Die Notwendigkeit der Umstellung." (Zeitungsverlag Nr. 5 v. 4. 2. 1927.)

Herrmann, W.: Artikel „Normungsfragen." (Zeitungsverlag Nr. 12 v. 25. 3. 1927.)

Ippen, Rolf: Artikel „Die Presse Niederrhein-Westfalens." (Mitteilungen des Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins. 2. Jahrg. Nr. 3.)

Ippen, Rolf: Der Kampf der Presse gegen die Ruhrbesetzung. Herausgegeben vom Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Verein. Bochum 1925.

Kellen, Tony: Die Entwicklung des Anzeige- und Reklamewesens in den Zeitungen. (In Studien über das Zeitungswesen.) Frankfurt 1907.

Kisky, Wilhelm: Rheinland-Westfalen im Deutschen Buchdruckerverein. Geschichte des Kreises II des D.B.V. 1869—1929. Köln 1929.

Knittel, A.: Die Aufgaben der Kreisvereinsorganisationen des Vereins Deutscher Zeitungsverleger. Hannover 1910.

Kretschmer, Wilh.: Das Standortsproblem im deutschen Zeitungsgewerbe. Berlin 1921. (Diss.)

Krumbhaar, Herbert: Die Häufigkeit des Erscheinens der Zeitungen. Breslau 1920. (Diss.)

Laupenmühlen, Hans: Der Zeitungsverlag in Deutschland und seine Interessenvertretung: Der Verein Deutscher Zeitungsverleger. Bochum 1911. (Diss. Tübingen.)

Liefmann, Robert: Die Unternehmerverbände. Freiburg, Leipzig und Tübingen 1897.

Liefmann, Robert: Kartelle und Trusts. Heidelberg 1922.

Munzinger, Ludwig: Die Entwicklung des Inseratenwesens. Heidelberg 1902.

Neukamp: Artikel „Zeitungen." (Handwörterb. d. Staatswiss. 2. Aufl. 7. Bd. Jena 1901.)

Pariser, Alb. Ludw.: Die rechtliche und wirtschaftliche Natur d. Abonnentenversicherung. Leipzig 1916. (Diss. Würzburg 1915.)

Passow, Rich.: Betrieb, Unternehmung, Konzern. Jena 1925.

Raabe, Erwin Ralph: Der deutsche Zeitungsverlag in der Kriegs- und Nachkriegszeit. Kiel 1926. (Diss.)

Reinold, Ludw.: Die Provinzpresse und ihre wirtschaftlichen Grundlagen. Unter besonderer Berücksichtigung Westfalens. Greifswald 1926. (Diss.)

Roth, Paul: Das Zeitungswesen in Deutschland von 1848 bis zur Gegenwart. Halle a. S. 1912.

Salomon, Ludw.: Geschichte des deutschen Zeitungswesens. Oldenburg und Leipzig 1900 bis 1906. Bd. I—III.

Salomon, Ludw.: Artikel „Zeitungen." (Handwörterb. d. Staatswiss. 3. Aufl. VIII. Bd. Jena 1911.)

Schacht, Hjalmar: Statistische Untersuchung über die Presse Deutschlands. (Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik. III. Folge. 15. Bd. Jena 1898.)

Schneider, Werner: Die Faktoren der Rentabilität einer Zeitung. Leipzig 1924. (Diss. Würzburg.)

Schrödiger, Hans: Eine Untersuchung über die Entwicklung der Zeitungsdruckpapierpreise und die Lage des Zeitungsgewerbes 1912—1921. Frankfurt 1922. (Diss.)

Schulze, Fritz: Kosten und Rentabilität des Zeitungsinserats. Heidelberg 1912. (Diss.)

Sielemann, Franz: Konzentrationsbewegungen im Zeitungsgewerbe. Münster (Westf.) 1927. (Diss.)

Sorg, Emil: Die deutschen Zeitungskonzerne der Gegenwart mit Einschluß des Nachrichten- und Anzeigengewerbes. Heidelberg 1924. (Diss.)

Wittwer, Max: Das Zeitungswesen in seiner neueren Entwicklung. Halle a. S. 1914. (Diss.)

Wulfert, Th.: Der Verein Deutscher Zeitungsverleger, Kreis Mitteldeutschland. Schönebeck 1923.

Umfangreiches Aktenmaterial der Geschäftsstelle des Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins, Bochum, Bongardstraße 15.

Mitteilungen des Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins, 1.—5. Jahrg., Bochum 1925—1929.

Zeitungs-Verlag, 1.—30. Jahrgang, Hannover-Magdeburg-Liegnitz, 1900—1929.

Satzungen des Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger-Vereins.

Satzungen des Zeitungsverleger-Vereins des Rheinisch-Westfälischen Industriebezirks.

Satzungen des Vereins Deutscher Zeitungsverleger.

Satzungen des Deutschen Buchdrucker-Vereins.

Satzungen des Arbeitgeberverbandes für das Deutsche Zeitungsgewerbe und seines Landesverbandes Niederrhein-Westfalen.

Vertragswerk der Reichsarbeitsgemeinschaft der Deutschen Presse. Berlin 1926.

Denkschrift über die Abonnentenversicherung, Nr. 644 d, Reichstagsdrucksachen, 13. Leg.-Per., I. Sess. 1912/13. Berlin.

Zusammenfassende Darstellung der bisherigen Versuche (1910—1927) und Vorschläge zu einer Regelung des Anzeigenvermittlungsgeschäftes. Herausgegeben von der Tarifgemeinschaft des Anzeigenwesens und dem Verband Deutscher Annoncen-Expeditionen. Berlin 1928.

Zusammenstellung von Grundsätzen und wichtigen Beschlüssen des Vereins. Herausgegeben vom Verein Südwestdeutscher Zeitungsverleger. April 1925.

Statistisches Jahrbuch für das Deutsche Reich. Herausgegeben vom Statistischen Reichsamt. Berlin 1928.

Zeitungskataloge von R. Mosse und der Ala-Annoncen-Expedition.

Lebenslauf

Am 26. Januar 1905 wurde ich — Curt, Rudolf Daniel Wichelhoven — als Sohn des Buchdruckereibesitzers Walther Wichelhoven zu Iserlohn in Westf. geboren.

Meine Schulbildung erhielt ich auf dem Realgymnasium zu Iserlohn, das ich von 1915 bis 1924 besuchte, und wo ich am 17. 3. 1924 die Reifeprüfung bestand.

Ich widmete mich dann dem Studium der Staatswissenschaften und studierte vom Sommersemester 1924 bis zum Wintersemester 1925/26 in Marburg, dann in München, wo ich am 28. Oktober 1928 die Prüfung als Diplom-Volkswirt bestand. Seit dem Wintersemester 1928/29 bin ich an der Universität Erlangen immatrikuliert und nahm hier an den Seminarübungen der Professoren H. Moeller und R. Stucken regelmäßig teil.